

التوثيق الإعلامي

من البيولوجرافيا الورقية إلى نظم المعلومات الشبكية

دكتور

رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

التوثيق الإعلامي

من البيولوجرافيا الورقية إلى نظم المعلومات الشبكية

دكتور

رضا عبد الواحد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

"وكل إنسان ألزمناه طائره في عنقه،
ونخرج له يوم القيامة كتابا يلقاه منشورا ،
اقرأ كتابك كفى بنفسك اليوم عليك حسيبا "

قرآن كريم

"إن الحاسب الآلي والإنترنت وفرا للإنسان ذاكرة اصطناعية ليس
بمقدوره الآن أن تنتظم حياته بدونها "

الفصل الأول

التوثيق الإعلامي

المفهوم والتطور

مع انتشار تكنولوجيا الحاسب الآلي ، وظهور الثورة المعرفية التي صاحبت هذا الانتشار ، أصبح لزاما على الإنسان أن يقوم بتنظيم المعلومات ، وتصنيفها ، وترتيبها ، بطريقة تتناسب مع إيقاع العصر الذي يسير بسرعة هائلة .

وتشير المؤشرات إلى أن ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية (الإنترنت) قد أضاف أبعادا جديدة ومتجددة للمعرفة الإنسانية ، واختزلت كثيرا من الخطوات والمراحل التي كانت تمر بها المعلومة حتى تصل للقراء او المستخدمين ، وظهرت المجتمعات التي تقوم على المعرفة بالدرجة الأولى ، وأصبحت المعرفة هي المقوم الاقتصادي لكثير من المجتمعات المتقدمة والناهضة ، فلم يعد الحديث عن مجتمع المعلومات Information Society كخيار تكنولوجي ، وإنما كواقع سياسي واقتصادي وثقافي عالميلا يمكن تجاهله ، إذ سيطرت الاستثمارات البشرية والمادية في تقنيات الحاسب الآلي والإلكترونيات جانبا مهما من نشاط الدول المعاصرة .

ويمكن القول إن بؤادر ظهور مجتمع المعلومات قد بدأت منذ خمسينيات القرن الماضي كبديل للمجتمعات التي تعتمد على الأيديولوجية في تأسيس نظامها السياسي والاجتماعي ، ومنذ ذلك الحين بدأ عدد من الباحثين ، ومنهم مارشال ماكلوهان Marshal McLuhan وغيره في توجيه الانتقادات لطغيان البعد التقني والمعلوماتي والربحي علي العمل

الإعلامي من جهة ، وسيطرة الدول العظمى على الثورة المعرفية وعلى المضمون الإعلامي من خلال الامبراطوريات الإعلامية العملاقة من جهة أخرى .

ومنذ ستينيات القرن الماضي زاد الاهتمام باستخدام الكمبيوتر في كل المجالات الحياتية ، خصوصا وان تطوير الكمبيوتر من خلال استخدام الدوائر الإلكترونية قد ساعد في دخوله مجال هندسة المعرفة وفي التشغيل الذاتي لوسائل الاتصال ، مما نتج عن هذا التطور الهائل تطوير نظم اتصال البيانات Data Communication .

وخلال عقد الثمانينيات زاد تطور نظام نقل المعلومات بشكل كبير : كالتليتكست ، والفيديو داتا ، والمؤتمرات عن بعد ، هذه الثورة التقنية في مجال الاتصالات هي التي دفعت بعض المراقبين للحديث عن ظاهرة (انفجار المعلومات) Information Explosion ، إذ أصبحت المعلومات تلعب دورا حيويا في حياة المجتمعات ، مما مهد الطريق من للتحوّل من مرحلة تفجر المعلومات إلى مرحلة مجتمع المعلومات¹.

فبواسطة وسائل إنتاج ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات من جهة ، وللدور الاستراتيجي الذي تقوم به المعلومات في شتى المجالات الحيوية من جهة ثانية ، فقد أصبح مجتمع المعلومات حقيقة ملموسة ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية زادت نسبة العمل في مجال المعلومات من

¹ د. خالد زعموم ، مجتمع المعلومات ، الواقع والتحديات دراسة وصفيّة تحليلية (الإمارات : جامعة عجمان ، 2007) ص 3 -

10% من حجم القوى العاملة إلى حوالي 50% ، كما أن ربع الناتج القومي الأمريكي ناتج من تكنولوجيا المعلومات.¹

مجتمع المعرفة :

إن مجتمع المعرفة هو ذلك المجتمع الذي يقوم أساسا على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي : الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة ، وصولا إلى الإرتقاء بالحالة الإنسانية باطراد

وتقوم نظرية مجتمع المعرفة على عدد من المبادئ الهامة² :

- البنية التحتية للمعلومات والاتصالات أساس ضروري لمجتمع المعرفة ، حيث أن وجود بنية تحتية من شبكات المعلومات وتطبيقاتها عالية التطور ومكيفة للظروف الإقليمية والوطنية ويسهل النفاذ إليها بتكلفة محتملة يمكن أن يزيد من سرعة التقدم الاجتماعي والاقتصادي في البلدان ، ويزيد من معدلات الرفاه لدى المواطنين .
- النفاذ إلى المعلومات والمعرفة : إن حرية التعبير وحرية الرأي ، والحق في استقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونشرها بغض النظر عن

¹ د حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، 2003 ، ص 5
² وثيقة إعلان المبادئ الصادرة عن القمة العالمية للمعلومات (جيف 10-12 ديسمبر 2003) حرية الرأي والتعبير وحرية المعلومات الركيزة الأساسية لمجتمع المعرفة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : العدد 113 ، أكتوبر - ديسمبر 2003) ص 173-183

الحدود الجغرافية (على النحو المنصوص عليه في المادة 19 والمادة 29 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان) هي الفرضية المنطقية الضرورية التي يقوم عليها مجتمع المعلومات ، وفي غضون بناء المعلومات تعتبر قدرة الجميع على النفاذ إلى المعلومات والأفكار والمعرفة والمساهمة فيها مسألة أساسية .

- بناء القدرات : ينبغي أن يتاح لكل شخص فرصة اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لفهم مجتمع المعلومات واقتصاد المعرفة والمشاركة فيها بنشاط والاستفادة الكاملة منهما ، ومن الضروري توجيه اهتمام خاص لبناء القدرات المؤسسية اللازمة لتخطيط المعلومات وتوجيهها ورصدها وجمعها وتنظيمها وتقاسمها .
- البيئة التمكينية : حيث يمثل حكم القانون المقترن بلوائح تنظيمية شفافة عنصرا جوهريا لبناء الثقة والطمأنينة والأمن في مجتمع المعلومات ، كما أن وجود إطار تنظيمي واضح ينبغي أن يكفل تمكين المستخدمين والاحترام الكامل لحقوق الأفراد والمجتمعات .

نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap :

ترتبط قضية الحريات بنظرية فجوة المعرفة إلى حد كبير ، حيث تقوم على الفرضية التالية (يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي

الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات
ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض ، وبالتالي تتجه فجوة
المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان)
وتشير كافة الدلائل إلى الإنترنت لديها القدرة الاتصالية على تقريب
الفجوات المعرفية بين المجتمع وطبقاته الاجتماعية والاقتصادية ، لكن
شريطة أن تكون الحرية في النفاذ إلى المعلومات والمعرفة ، والحرية في
التعبير عن المعرفة هما جوهر البيئة الاتصالية .

ومع ظهور التيارات المتعددة التي ترصد إيجابيات مجتمع المعرفة ، أو
تحذر من سلبياتها يأتي التوثيق الإعلامي كضرورة ملحة من ضرورات
التعامل مع الثورة المعرفية ، وانفجار المعلومات ، ومجتمع المعرفة .

تعريف التوثيق الإعلامي :

هناك تعريفات متعددة للتوثيق ، منها :

- على تجميع واختزال، وتنظيم المواد أو الوثائق الإعلامية ، وذلك من أجل جعل هذه المعلومات في متناول المتخصصين .
- مجموعة العمليات والأساليب الفنية اللازمة لتوفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات المنشورة في المطبوعات العلمية ، الفنية والصوتية العالمية والمحلية .
- كافة الإجراءات الفنية التي تشمل عماليات توفير وتنظيم واستخدام المعلومات بأوعيتها وأشكالها المختلفة .

وبهذا ينضح أن التوثيق الإعلامي هي عمليات تتم من قبل متخصصين في مجال معين أو مراكز متخصصة التوثيق تقوم بحفظ وتنظيم وفهرسة وتبويب والتعامل مع المعلومات التي يتم تخزينها على أدوات التخزين المختلفة ، حتى يسهل التعامل معها واسترجاعها متى لزم الأمر .

أنواع المؤسسات التي تعمل في مجال التوثيق :

يوجد عدة مؤسسات تقوم بعمليات التوثيق ، لصعوبة إمكانية قيام الأفراد بهذا الجهد ، حيث تتطلب عمليات التوثيق جهودا كبيرة للتعامل مع الكم الهائل والانهائي من المعلومات والمواد المراد توثيقها ، ومن هذه المؤسسات :

- (1) مؤسسات إنتاج المعلومات ، مثل الجامعات ، والمعاهد ، والمراكز البحثية والعلمية ، ومحطات التجارب .
- (2) مؤسسات رصد حركة المعلومات وضبط تدفقها ، وهي الجهات التي تقوم بإعداد القوائم والخدمات الببليوجرافية على المستوى القطري ، أو الدولي .
- (3) المؤسسات التي تقوم بإتاحة المعرفة والمعلومة ، وتنظيمها ، وتهيئة سبل الإفادة منها ، مثل المكتبات ومراكز التوثيق المعرفي المتخصصة في مجالات متعددة ، فهناك مراكز التوثيق الصحفي والإذاعي... الخ
- (4) مؤسسات النشر المنتشرة حول العالم .

تطور مفهوم التوثيق :

تطور مفهوم التوثيق تطوراً كبيراً خلال النصف الثاني من القرن العشرين، تبعاً لتطور التكنولوجيات الجديدة للمعلومات المتاحة. فظهرت تكنولوجيات جديدة ولدى المستخدمين احتياجات جديدة، نتيجة لاستعمالات جديدة، مما أدى إلى بروز ممارسات مهنية جديدة، أو تأكيد بعض الممارسات التقليدية التي كان الموثق أو المكتبي يقوم بها يومياً دون أن يدري أنها ستشكل مستقبلاً أحد الاهتمامات الكبرى لتكنولوجيا المعلومات الجديدة.

إن العمل على تعميم رقمنة الوثائق، وتطوير الشبكات الإلكترونية في المؤسسات الوثائقية في الدول المتقدمة، فتح آفاقاً جديدة تتعلق بالتنسيق الكلي والمتكامل (المندمج) للمعلومات والوثائق.

إن المتخصصين في التوثيق هم المعنيون بالدرجة الأولى بهذه التغيرات التكنولوجية، وخاصة في مراحل تطبيقاتها الأولى، لأنها – أي التغيرات – كانت موجودة فقط على مستوى المؤسسات الوثائقية من مكاتب و مراكز توثيق. أما الآن فإن هذه التكنولوجيات تنتشر بسرعة كبيرة في مجالات أخرى أكثر منها في مجالات التوثيق والمعلومات،

وهذا ربما هو السبب الذي جعل بعض المؤسسات وخاصة الاقتصادية، تراجع دور ومكانة مراكز التوثيق بها، التي أنشأتها قديما) أي قبل تطبيقاتها للتكنولوجيات الجديدة(. ففي دراسة ميدانية أجريت على المؤسسات الاقتصادية الكبرى في فرنسا حول مهنة (وظيفة) التوثيق فيها، اتضح أن هذه الوظيفة غير متجانسة في بعض المؤسسات: فهناك مؤسسات أضافت إلى وظيفة التوثيق والمعلومات وظائف جديدة فرضتها التكنولوجيات الجديدة كوظيفة اليقظة الاقتصادية مثلا، وهناك مؤسسات، عكس الأولى عملت على تميع هذه الوظيفة وذلك بتوزيعها على مستوى كل المصالح، بحيث لم تعد مهمة التوثيق والمعلومات من اختصاص مصلحة واحدة، تخضع لهيكلية إدارية معروفة وذلك كما كان معمولا به سابقا¹.

فالدراسات الجارية حول مهنة التوثيق في ضوء هذه التغيرات الجديدة، ما زالت قائمة، وأغلبها يؤكد على أن هذا الدور سيتعزز أكثر فأكثر. فكلما تطورت هذه التكنولوجيات ازدادت الحاجة إلى مهني الوثائق والمعلومات. فالتطورات التي نعرفها الآن تكنولوجيات المعلومات والاتصال ما هي إلا نتيجة لسلسلة من التطورات يمكن توزيعها على مراحل عدة أساسية. وسنحاول تبين المتغيرات الجديدة التي أحدثتها هذه

¹ Stiller, Henri - La Fonction information documentation dans les grandes entreprises. In Documentaliste-sciences de l'information. 2001, vol.38 n3-4 pp.222-225.

التطورات على المهنة الوثائقية بصفة عامة، وخاصة في العالم الغربي نظرا لتبني مؤسساته الوثائقية هذه التكنولوجيات قبل غيره من الدول.

المراحل الأساسية التي قطعتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

1- مرحلة الستينيات

في هذه المرحلة ظهرت مراكز التوثيق والمعلومات كمؤسسات جديدة، تسمح بالنفوذ المباشر للوثائق والاستفادة منها. وقد كان تأسيس أو إنشاء هذه المراكز السبب الرئيس في استحداث وظائف مهنية ووثائقية جديدة، مثل ما حدث في فرنسا سنة 1963 ، حيث أنشئت جمعية الوثائقين والمكتبيين المتخصصين الفرنسيين (ADBS=Association specialises des documentalistes et bibliothécaires) التي أصبحت تعرف فيما بعد بجمعية مهني المعلومات والتوثيق¹. وهذا دليل على أن الممارسات المهنية المكتوبة التقليدية — لم تعد وحدها كافية لتلبية

¹ Michel, Jean. Les professionnels de l'information documentaire à l'heure du document et des réseaux électroniques. In Document numérique. Vol. 1 n2, 1997. pp.217-231.

حاجات المستفيدين، الذين أصبحوا يطالبون أكثر بالاستفادة المباشرة من الوثائق ومن المعلومات. فالصيغة الجديدة التي جاءت بها هذه المراكز الوثائقية والتي تعتمد على التعامل المباشر مع الوثائق فرضت على مهني التوثيق ضرورة التأقلم معها. ويمكن النظر إلى هذه المرحلة بأنها هي المرحلة التي بدأ يتبلور فيها، المجتمع الجديد الذي يعرف الآن بمجتمع المعلومات، الذي يؤكد الجميع أنه ظهر سنة 1956 عندما تجاوز، في الولايات الأمريكية وحدها، عدد العاملين في قطاع الإعلام عدد كل العاملين في القطاعات الإنتاجية الأخرى على النحو الذي سبق بيانه .

2- مرحلة السبعينيات

أما مرحلة السبعينيات فهي بحق مرحلة تطبيق المعلوماتية على الإجراءات المكتبية المختلفة. إذ يمكن عد هذه الفترة المنعطف الحاسم بالنسبة للمكتبات، حيث شرعت هذه الأخيرة في وضع مشروعات برامج مست كل الخدمات المكتبية. فظهرت قواعد وبنوك معلومات بيبليوغرافية كبرى عامة ومتخصصة سمحت للباحثين بالاستفادة منها استفادة قصوى، بفضل التطبيقات التي توفرها البرمجيات المستعملة في هذه البنوك والقواعد المتخصصة في البحث البيبليوغرافي الوثائقي.¹

¹ محمد الصالح نابي، إمكانية الوثائقي في مجتمع المعلومات

وقد حدث تطور كبير في بنوك وقواعد المعلومات البيبليوغرافية في نهاية السبعينيات، تمثل في أن مصالح البريد والمواصلات اقترحت حلولا لنقل المعطيات أو البيانات بفضل التجهيزات الكبرى التي وضعتها: مثل شبكات نقل المعطيات بقوة بث عالية كشبكة ترانس باك الفرنسية (transpac) وغيرها من الشبكات على مستوى العالم الغربي. وقد نتج عن ذلك إنشاء مراكز خاصة تسمى بمراكز تقديم الخدمات (Servers) التي هي بمنزلة أسواق كبرى لتوزيع المعلومات، ووسيلة للاتصال بعدد كبير من بنوك وقواعد المعلومات. وقد اصطلح على تسمية هذه المرحلة بمرحلة التوافق بين تكنولوجيا الحاسوب من جهة، وتكنولوجيا الاتصال من جهة أخرى. ونظرا للعرض القوي للمعلومات، الذي تميزت به هذه المرحلة فقد أصبح من الضروري على الوثائقي — أو مهني التوثيق — أن يقدم نفسه كوسيط متخصص، بإمكانه أن يختار للمستفيدين المعلومات الصحيحة والملائمة. فكان يستمع لرغبات الباحثين باهتمام كبير قبل البدء في رحلة البحث عن المعلومات في مختلف القواعد، سواء كانت هذه القواعد داخلية أو كانت خارجية، لأن الاستفادة من المعلومات لم تعد مقتصرة على ما هو موجود على المستوى المحلي فقط، فالتوافق الذي تم بين الحاسوب ووسائل الاتصال مكن الباحثين من الاطلاع على محتويات قواعد معلومات خارجية .

وما يميز هذه المرحلة أن الباحث لم يكن في استطاعته أن يبحث وحده عن المعلومات لأن عملية الربط بقواعد المعلومات لم تكن ممكنة إلا على مستوى المكتبات ومراكز المعلومات، ثم إن هذه القواعد لا يمكن الاستفادة منها هكذا بصورة مباشرة وإنما يستوجب قبل ذلك التعرف على وسائل البحث المساعدة وهي وسائل خاصة بكل قاعدة معلومات كقوائم رؤوس الموضوعات وغيرها ، وهذه الوسائل لم تكن دائماً في متناول الباحثين بقدر ما كانت تشكل العمل الرئيس للمكتبيين والوثائقيين وهذا كافي لتأكيد وساطة مهني التوثيق .

3- مرحلة الثمانينيات

إن ما يميز هذه المرحلة هي البوادر الأولى في عملية ربط الحواسيب ببعضها لإنشاء أو لتأكيد مبدأ الشبكة العالمية "الانترنت" وما جاءت به من تغييرات مستمرة في هذه الحالة - كل المجالات ولم تقتصر على المكتبات ومراكز التوثيق، بل إن هذه الأخيرة- أي المكتبات ومراكز التوثيق- هي التي راحت تحدث تغييرات جذرية على كل مكوناتها (مرافق، خدمات، وغيرها) حتى تستفيد استفادة مثلى من هذه الوسيلة الجديدة، وما تقدمه من خدمات جمة. غير أن ما يميز هذه المرحلة أكثر هو بروز الأقراص المدمجة (CD-ROM)، التي تعد أدق نظم النشر الإلكتروني، والتي أحدثت ممارسات جديدة سواء بالنسبة

للمستفيدين أو بالنسبة للمهنيين وقد ازدادت استعمالاتها أكثر خاصة عندما أدمجت قارئاتها في الحواسيب ولم تعد مستقلة عنهم وظهرت هي في فترة انتشرت فيها صناعة الحواسيب الشخصية المتعددة الوسائط . فقد أربكت هذه الوضعية الوثائقين إذ ساعدت المستفيدين بالاستقلال نوعاً ما عن المكتبات ومراكز التوثيق لما لاقوه من إمكانيات تقدمها لهم هذه الوسائط المتعددة بطرق سهلة للغاية .

وظهور الأقراص المدمجة يعد بداية النشر الإلكتروني كما سبق ذكره حيث تم تحويل المصادر المهمة المطبوعة إلى مصادر الكترونية وعملية رقمنة المعلومات ما زالت مستمرة بقوة وهذا في حد ذاته نتجت عنه بعض الإشكاليات : فمهنيي التوثيق وجدوا أنفسهم في هذه المرحلة المتواصلة والمستمرة مجبرين من جهة على التأقلم مع متطلبات المصادر الجديد الرقمية ومن جهة أخرى الاستمرار في نمط العمل الذي تفرضه المصادر المطبوعة وقد يتضح هذا الأمر أكثر في تنمية المجموعات الوثائقية في المكتبات المهجنة وهو نمط شائع من المكتبات التي ما زالت تحافظ على الرصيد التقليدي المطبوع وتعمل في الوقت نفسه على إضافة رصيد الكتروني إلى مجموعاته المتاحة على الشبكة العنكبوتية العالمية "الوب" وهذا في حد ذاته يتطلب من مهنيي التوثيق التأقلم مع هذا النمط الجديد من المقتنيات وطرق الاستفادة منها من مصادرها وهي في أغلبها

مصادر كانت متاحة على الأقراص المدمجة¹ مع العلم أن الطرق المتبعة في الاستفادة من المعلومات المتاحة على (الويب) يمكن استنباطها مما كان متبعاً في المصادر التقليدية من تقييم ومعالجة وغيرها من الخدمات المكتبية مع بعض الخصوصيات التي يجب على مهني التوثيق التنبيه إليها وهذا من شأنه أن يضيف إلى الوثائقي دوراً جديداً يعزز به مكانته في خضم هذه التطورات التي تحدثها التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال.

وقد تكون هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة بداية حقيقية لمجتمع المعلومات لأنه لم يعرف تاريخ الإنسانية مثل ما عرفته هذه الفترة سواء من حيث كثافة المعلومات وانتشارها وتواجدها في مختلف النشاطات الفردية والجماعية أو من حيث سهولة النفاذ إليها وتجدر الإشارة إلى أن هذه التطورات لم تتم هكذا بكل بساطة بل إنها تسببت في مشكلات ما زالت تبحث عن حلول لها مثل مشكلة حقوق التأليف وأمن المعلومات وموثوقيتها وغيرها من المشكلات الأخرى تتعلق بالقيم والنظام العام .

¹ أبو بكر الهوش - تقنية المعلومات ومكتبة المستقبل - الإسكندرية : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 1996 ص 17 .

التحديات التي تواجه الوثائقين في عصر الإنترنت :

في ظل هذه التغيرات الكبرى فإن مهنيي التوثيق يجب عليهم أن يتحملوا مسؤولية جديدة تتمثل فيما يلي :

- كفاءات جديدة بالإضافة إلى الكفاءات التي يتصفون بها في السابق التي تساعدهم على الأخذ بعين الاعتبار كل ما يتعلق بالإدارة العلمية للمعلومات بهدف التحكم في محتويات المعلومات وسبل النفاذ إليها. وكذلك التحكم في التكنولوجيا الجديدة الأكثر ملاءمة .
- تحليلهم بالفهم للتحديات الجديدة وإمكانيات المعلومات المتاحة على الشبكات الإلكترونية وكذلك مخاطرها.
- معرفتهم بأهم المصادر وخاصة المتاح منها على الشبكات الإلكترونية وقدرتهم على تقييمها باستمرار وهذا من شأنه أن يحافظ على استمرارية مهنتهم أكثر فأكثر .

ومما لا شك فيه أن مهنيي التوثيق العرب مدركون لأهمية هذه التغيرات وبالتالي عليهم أن يستفيدوا من تجارب الآخرين الذين سبقونا

إلى تبني هذه التكنولوجيات ربحاً للوقت لأنه ليس هناك مجال للتردد .
فالتكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال وهي أساس هذا المجتمع
الجديد آتية لا بد منها فلنستعد للاستفادة منها ومواجهتها بوعي وإدراك
بقصد تطويعها لحاجات أمتنا وتطلعاتها المشروعة للتقدم والازدهار .

الفصل الثاني

الإنترنت وسيط إعلامي جديد

أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ثورة معرفية في مجال الاتصالات و الإعلام ، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية التي تحدث في المجتمع ، وصارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان ، وصارت عبارة (عصر الإنترنت) توصيفا دقيقا لأهم منجزات العصر الحديث.

لقد غيرت شبكة الإنترنت العالم ، إذ مثل ظهورها في أواخر الستينيات من القرن العشرين ، ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت قائمة لقرون عديدة، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تشرح عملية الاتصال الجديدة ، ولم تكن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعصف بوسائل إعلامية راسخة لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للاندثار وتصبح في ظل الإنترنت شيئا من الماضي ، ولا غرابة في أن تظهر بين الحين والآخر توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه (حضارة الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري التفاعلي) .

تطور شبكة الإنترنت :

يعد التطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لتطور شبكة الإنترنت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عضليا سعى لبناء آلة حاسبة من التروس والروافع إلى أن خرج إلى الوجود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الكمبيوتر الرقمي ، ثمرة لالتقاء علوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندسة الإلكترونية ، وقد أدى ذلك بدوره إلى ثورة تكنولوجية وليدة التلاقي الخصب لتألول عتاد الكمبيوتر hardware، والبرمجيات software ، وشبكات الاتصالات ، وعلى مدى نصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبقة خلال سلسلة من النقالات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ ، والأهم من ذلك صوب الأرخص والأسهل استخداما .¹

ويمكن إعداد دليل تاريخي لتطور شبكة الإنترنت ، حيث بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة ، وذلك على النحو التالي :²

- في 1945 طرح فانيفار بوش Vannevar Bush آلة أسمها ميمكس ماشين Memex Machine لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها ، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية ، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها .

¹ د. نبيل علي ، تحديثات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003) ص 11

² هذه المعلومات مستقاة من د. حسني محمد نصر ، الإعلام والإنترنت ، من ص 19 : 27

- وفي 1969 قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر ، وأول من فكر بهذه الفكرة هو ليكليدر J. Licklider رئيس برنامج بحوث الكمبيوتر في الوكالة ، وحدد أربع مواقع التقاء للشبكة التي أطلق عليها أربانت ARPANET ، وتم أول اتصال مباشر بينها في 25 أكتوبر 1969 ، وتدرجيا ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة ، وزاد عدد مواقعها في عام 1970 إلى 13 موقعا ثم إلى 23 موقعا في عام 1971 لتتضم عددا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع .
- في 1970 طور دينيس ريتش وكينيث تومبسون برنامج تشغيل الشبكات UNIX .
- في 1971 تم اختراع البريد الإلكتروني Electronic mail ، وتطوير برنامج لإرسال رسائل بريدية عبر الشبكة .
- في 1973 خرجت شبكة أربانت إلي العالمية ، حيث تم أول ربط دولي بالشبكة ، وذلك بجامعة لندن بالمملكة المتحدة ، ومؤسسة "رويال ريدر استابليشمنت " Royal Rader Establishment في النرويج .

- في 1974 سمح لمؤسسات أخرى غير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية بالحصول على معلومات محددة من الشبكة بعد تطوير قطاع تجاري فيها أطلق عليه تلتيت Tel Net .
- في 1977 بدأ التوسع في خدمات البريد الإلكتروني ، وتزايد عدد الشبكات المرتبطة بأربانت إلى أكثر من 100 شبكة .
- في 1979 ظهرت شبكة Use Net التي أدخلت خدمة مجموعات الحوار ومجموعات الأخبار .
- في 1981 أسست جامعة سيتي City University في نيويورك شبكة تعاونية أسمتها بت نت Bit Net فقدمت خدمات البريد الإلكتروني ونقل الملفات لعلماء الجامعة دون الوصول إلى شبكة أربانت .
- في 1982 وضعت القواعد الأساسية لشبكة الإنترنت ، وشهدت أوروبا إنشاء شبكة مشابهة ربطت بين جامعات في هولندا والدانمارك والسويد وبريطانيا .
- في 1983 انتقلت إدارة شبكة أربانت إلى المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة ، وتحولت من شبكة عسكرية إلى شبكة مدنية .
- في 1984 تزايد عدد المواقع إلى أكثر من ألف موقع بحثي وأكاديمي .

- في 1986 تزايد عدد المواقع إلى أكثر من خمسة آلاف موقع ، وزاد عدد المجموعات الإخبارية إلى 241 مجموعة ، وتم وضع قواعد لنقل وتبادل الأخبار عبر شبكة الكمبيوتر .
- في 1987 ولد ما يسمى بالإنترنت التجارية ، وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو 128 ألف شبكة :
- في 1988 طورت الإنترنت خدمة التخاطب Internet Chat .
- في 1990 زاد عدد الشبكات المتصلة بالإنترنت إلى 300 ألف شبكة ، وزاد عدد مجموعات الأخبار إلى ألف مجموعة ، وتم تقسيم أربانت إلى شبكتين إحداهما عسكرية Milnet والأخرى مدنية لا علاقة لها بوزارة الدفاع Internet، وأصبح من الممكن للأفراد الاتصال بالإنترنت عبر التلفون .
- في 1991 صرّح كل من بول لندرن ومارك ماكيل برنامج جوفر Gopher لتصفح الإنترنت ، وشهد هذا العام أهم تطور في تاريخ الإنترنت وهو ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "الوورلد وايد ويب World Wide Web" الذي اخترعه تيم بارنارز لي Tim Berners Lee واعتمد على تكنولوجيا النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات الصور والرسوم والأصوات على الشبكة .

مفهوم الإنترنت :

من خلال استعراض التطور التاريخي لفكرة شبكة الإنترنت يكن تعريفها بأنها :

- شبكة تربط بين عدد من "شبكات المنتشرة في العالم كله ، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها ، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ، ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات

الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

تقدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عددا من الخدمات الاتصالية والإعلامية تفيد المستخدم بشكل عام ، والإعلامي على وجه الخصوص ، ومنها :

أولا : خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail حيث يسمح البريد الإلكتروني الذي تقدمه غالبية المواقع مجانا بأن يقوم المشترك بإرسال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي 194 دولة في العالم .
ويتميز البريد الإلكتروني بأنه :

- (1) مجاني إلي حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد .
- (2) متوافر في غالبية المواقع .

(3) تعدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازها ، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة .

(4) إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الكمبيوتر وطباعته .

(5) إمكانية تبادل لنصوص والصور بين شخصين وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل الأصوات والأغاني ولقطات الفيديو .

(6) إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك .

وتعد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا على الإنترنت ، وتقدر الرسائل التي ترسل يوميا عبر البريد الإلكتروني بمليار رسالة ، كما أن عدد مستخدمي البريد الإلكتروني وصل في 2003 إلى 60 مليون شخص يتزايدون بنسبة 800% سنويا ، يصلون في 2005 إلى 550 مليون مستخدم¹.

ثانيا : الشبكة العنكبوتية الدولية WWW " World Wide Web ":

وهي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبر شبكة (ويب) ، ويعد أكثر تطبيقات الإنترنت شعبية ، وتشير إلى تلك المجموعة من الخوادم المتصلة بالإنترنت والتي توفر صفحات جرافيكية

¹د. حسني نصر ، مصدر سابق ، ص 77

عن المعلومات ، وكلما زاد عدد مشتركيها زاد المحتوى الذي تتضمنه ، وكلما زاد المحتوى الذي تتضمنه زاد عدد المشتركين المنضمين إليها .¹

ثالثاً : جماعات الأخبار News group :

وتنتج هذه الخدمة الانضمام إلى الجماعة أو الجماعات المهتمة بأي موضوع لمعرفة المزيد من الأخبار عنه ، وقراءة أو مشاركة الآخرين في الحوار والمناقشة حوله من خلال شبكة تدعى Usenet ، وتستخدم هذه الشبكة عدداً كبيراً من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشكل دائم بالإنترنت وتعرض على مدار الأربع والعشرين ساعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء .

كما يمكن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف على شبكة الإنترنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة كموقع جريدة الأهرام² ، أو من داخل مواقع إعلامية مثل : On line newsp³ ، أو صحافة⁴ ، وغيرها .

رابعاً : خدمة التخاطب الفوري Chat:

حيث تتيح كثير من المواقع غرفاً للحوار chat rooms يتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لا نهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي

¹ أيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام وضوان (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد 231 ، ذو القعدة 1418 ، مارس 1998 ص 156)

² وعضوها الإلكتروني <http://www.ahram.org.eg>

³ وعضوها الإلكتروني <http://www.onlinenewspaper.com>

⁴ وعضوها الإلكتروني : <http://www.sahafa.com>

أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وهكذا يتم التخاطب الفوري .

خامسا : خدمة الاتصال التليفوني :

عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة hardware مثل كارت صوت وميكروفون ، وبعض المكونات غير الصلبة وهي البرامج الخاصة بالاتصال التليفوني على الإنترنت Internet phone software ، وتتيح هذه الخدمة التي لم تحقق بعد انتشارا كبيرا لدى مستخدمي الإنترنت استخدام الشبكة في الاتصالات التليفونية الدولية بالمجان ، أو بتكلفة أقل كثيرا عن تكلفة الاتصال لتليفوني العادي .

سادسا : خدمة نقل الملفات : FTP File Transfer Protocol :

وتسمح هذه الخدمة بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الإنترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام ، إذ أن بعض أجهزة الكمبيوتر تحظر الدخول إليها بسبب السرية أو بسبب احتياطات أمن للدخول أو أن الجهات التي تملكها تفرض رسوما للدخول عليها ¹.

¹ عبد الحميد بسيوني ، التعليم والدراسة على الإنترنت والقاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2001 (ص 29

سابعا : القوائم البريدية : Mailing lists

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلي عدد معين من المنضمين إلي هذه القوائم ، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة ، وتقترب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش .

هل الإنترنت وسيلة إعلامية جديدة ؟

ظلت تقسيمات أساندة الإعلام لأنواع الاتصال سائدة لفترة طويلة ، وهي الاتصال الذاتي ، والاتصال الشخصي الذي يتم بين فرد وآخر ، والاتصال الجماهيري الذي يتم من مصدر واحد إلي عدة ملايين عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ، والاتصال الجمعي الذي يتم بين مصدر واحد وعدد من المتلقين¹ .

وحدد علماء الإعلام مكونات العملية الاتصالية وعناصرها ، فالرسالة تتم من مرسل إلي مستقبل عبر وسيلة ، ويكون هناك رجوع صدى لهذه الرسالة ، وتأتي شبكة الإنترنت لتعيد النظر في مثل هذه التجريدات .

فقد وسع استخدام الإنترنت في الاتصال الإنساني مفهوم الاتصال التقليدي ليشمل الاتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر ، فلم يعد الاتصال الحديث موقفا سلوكيا ينقل فيه مصدر رسالة إلي مستقبل بهدف التأثير فيه ، وإنما أصبح موقفا تبادليا يتبادل فيه شخصان أو أكثر

¹ . إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1969) ص 50

معلومات أو أفكار ، ولم يعد الاتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من فرد إلى أفراد عديدين from one to many وأصبح يسير وفق نموذج من أفراد عديدين إلى أفراد عديدين from many to many ، لقد ألغت الإنترنت تقريباً النموذج الخطي التقليدي للاتصال ، بما كانت يتضمنه من قيود على العملية الاتصالية ، فقد كان هذا النموذج يعطي سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالاتصال (المرسل) ، وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلى العلاقة الاستبدادية ، أما بعد ظهور الإنترنت فلم يعد للمرسل أو لبنية الاتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل ، إذ يمنح الاتصال عبر شبكة الإنترنت المستقبل صلاحيات وحرية أكبر في الوصول إلى ما يريده من رسائل على الشبكة دون قهر أو إجبار من بين آلاف الصفحات والمواقع المنتشرة على الشبكة في الوقت الذي يريده ، وبالتتابع الذي يريده .

وإذا كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، فإن الإنترنت بهذا المقياس تعد وسيلة إعلامية جديدة ، لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى ، غير أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدراً ثرياً للمعلومات والأخبار والصور للعاملين في مجال الإعلام .

ولا شك أن المعلومات التي تقدمها شبكة الإنترنت قد جعلت الصحفي في صراع من أجل مسايرة العصر ومفرداته ، وزادت من مهاراته ،

وقدّمت نفسها كمصدر للأخبار والمعلومات المحلية والعالمية التي يمكن استحضارها في اللحظة نفسها ، مما طرح على الصحفيين ضرورة إجادة فن اختيار المعلومات في ظل التدفق الضخم للمعلومات وتفجيرها ، الأمر الذي جعل الشبكة تطرح كرسيلة اندال جماهيرية تبشر بعهد إلكتروني جديد .¹

¹ Merrill Morris and Christine Ogan , The Internet as Mass Media , Journal of Com .99 (1) Winter , 1996.

السمات الإعلامية لشبكة الإنترنت :

تختلف شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال عن غيرها من الوسائل بالسمات التالية :

(1) تعدد الوسائط Multimedia

ر هو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت من صوت ونص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد ، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ، وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها .

(2) النصية الفائقة HTML :

(HypertextTransport Protocol) :

وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر ، وأصبحت صورة أساسية لهيكلية المعلومات ووضعها في وثائق ، وتحتوي وثائق النص المترابط على روابط links تحيل القارئ إلى مواقع أخرى مشابهة.

وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى آخر على الشبكة في الحال ، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بواقع أخرى .

(3) التدفق الشحني :

ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل في شحنات وليس في تدفق خطي ، وذلك عبر طرق الإنترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع خطا نمطيا في تقديم مادتها (ملاحيا في الوسائل المطبوعة ، وزمنا في الوسائل الإلكترونية) فإن التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلى شحنات أخرى .¹

(4) التزامنية واللاتزامنية

تجمع شبكة الإنترنت - كوسيلة إعلامية - بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها . واللاتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ، ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant message كما

¹ . حسني محمد نصر ، مقدر سابق ، ص 56

يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله إليه ، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلي المرسل إليه في موعد محدد .

(5) التفاعلية Interactivity

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت ، كالتخاطب الفوري Chatting ، وخدمات البريد الإلكتروني ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحوار مع كاتبه ، أو إرسال رسالة إليه ، الأمر الذي يعطي عنصر رجع الصدى – أحد عناصر العملية الاتصالية – سمة آنفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى .

وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity وهي التي ترشد المستخدم إلي (الصفحة التالية) أو (العودة إلي أعلى) وهكذا .

(ب) التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار Newsgroup .

(ج) التفاعلية التكيفية Adaptec Interactivity وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة ، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكتيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين¹.

الإنترنت والصحافة :

قدمت الإنترنت عدة وظائف للصحافة ، فهي بخلاف كونها وسيطا يحمل المضمون إلي القارئ ، فإنها أفادت الصحافة والصحفيين من وجوه متعددة :

أولا : الإنترنت كمصدر للمعلومات ، من خلال :

- (1) الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية ، أو كمصدر من المصادر الأساسية للتغطية الخيرية للأحداث العاجلة من خلال موقع الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء .
- (2) الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة .

¹ أحمد عثمان العربي ، الإنترنت : الاستخدمات والانتشار في السعودية ، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط : جامعة السلطان قابوس ، 2002) ص 6

- (3) الاستفادة منها في إعداد الصفحات المتخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد وصفحات التسلية والفكاهة .
- (4) التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب وبيعها .

ثانيا : الإنترنت كوسيلة اتصال : وذلك من خلال :

- (1) الاتصال الخارجي بالمندوبين والمراسلين وتلقي موادهم عبر البريد الإلكتروني ، والاتصال بالمصادر لإجراء أحاديث عن بعد معهم .
- (2) الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت خاصة قسمي الأخبار والمعلومات .

ثالثا : الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلي ، وذلك عن طريق مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار .

رابعا : الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال نشر الصحيفة أو ملخص لها ، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع .

خامسا : الإنترنت كوسيط إعلاني بدر دخلا إضافيا للصحيفة .

سادسا : الإنترنت كأداة لتسويق الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية

سابعاً : تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بالخدمات المتعددة للمستخدمين¹.

وتأتي استخدامات الإنترنت الصحفية محققة لعدة أهداف للقائم بالاتصال في العملية الصحفية ، وهي :

- (1) الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية .
- (2) استكمال موضوعات الأعمال الصحفية .
- (3) استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات المختلفة .
- (4) الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات مواقع متعددة والاستفادة منها .
- (5) تطوير المهارات الصحفية للصحفيين .
- (6) استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي .
- (7) استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة Create his own newspaper .
- (8) الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى .

¹ أحمدو علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال منشور بجملة الأهرام ، تاريخ 1998/11/23 .

(9) الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني .

(10) إرسال واستقبال السواد الصحفية من وإلى الصحيفة .

(11) الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية .

(12) تطوير وسائل جمعه تداة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد ، ومؤتمرات الفيديو ، نقاشات ودرشة ، البريد الإلكتروني

(13) الاطلاع على أشكال جديدة للعمل الصحفي .

(14) المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى ، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وأدائهم .

(15) تطوير طرق اتصاله بقرائه .

(16) استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية .¹

ويمكن القول بأن الإنترنت قدمت للصحافة الكثير من الخدمات ، وفتحت أمامها آفاقا متعددة نحو الانتشار والوصول إلى أكبر قدر ممكن من القراء دون اعتبار للحدود الجغرافية والسياسية ، كما أنها أضافت إليها موردا إعلانيا جديدا ، وإن كان لا يزال في طور البداية في الصحف المصرية والعربية غير أن الدراسات تؤكد أن الصحف العالمية

¹ السيد نغيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2000) ص 31

تحقق أرباحا من الإعلان على مواقعها على شبكة الإنترنت ، كما أن الإنترنت قدمت للصحفيين تسهيلات كبيرة في اختيار وانتقاء والحصول على الأخبار والمعلومات ، وقامت بدور الوسيط المساعد له في إعداد مادته الصحفية ، الأمر الذي يوفر له كثيرا من الوقت والجهد .

كذلك فقد قدمت شبكة الإنترنت للجمهور خدمة إعلامية متميزة سواء في مواقع الصحف الإلكترونية ذات الأصل المطبوع ، أو الصحف الإلكترونية الخالصة ، على ما سوف نحدده - بمشيئة الله تعالى - في المبحث الخاص بمحددات الصحافة الإلكترونية ، وتتسم هذه الخدمة بما يلي :

- (1) التغطية الصحفية الفورية Fresh and updated coverage من خلال نشر الأخبار الفورية والمتجددة والمفاجئة Breaking News .
- (2) التغطية الصحفية الحية Live coverage من خلال تغطية الأحداث من موقعها وفي لحظة وقوعها ، وذلك في بعض المواقع .
- (3) التغطية الصحفية المتعمقة In-depth coverage حيث تعالج عدد من المواقع موضوعا واحدا بزوايا متعددة ، ويوجد العديد من الروابط التي تحيل المستخدم إلي مصادر ووثائق وبيانات متعمقة حول الموضوع الواحد .

- (4) التغطية الصحفية التفاعلية Interactive coverage حيث
تتيح إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين .
- (5) التغطية الصحفية الرقمية Digital coverage حيث توفر
العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي قابل للمعالجة
والاستخدام .
- (6) التغطية الصحفية متعددة الوسائط Multimedia coverage
وذلك بعرض المادة الصحفية مصاحبة لوسائط أخرى غير
النص مثل الصوت والصورة والألوان والجغرافيكس واللقطات
المرئية المتحركة .
- (7) التغطية الصحفية المتكاملة Comprehensive coverage
فهي تجمع بين أكثر من عنصر من عناصر العملية الاتصالية
فهي مصدر ووسيلة اتصال ووسيلة كتابة ومعالجة ، وهي
أرشيف ضخم ومكتبة كبيرة .
- (8) التغطية الصحفية الذاتية Self-duty coverage حيث يستطيع
الصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده .
- (9) التغطية الصحفية المولفة Customized coverage حيث
يمكن توليف وتوفير الموضوعات أو المصادر وفق رغبات
الجمهور والصحيفة .

(10) التغطية الصحفية الموضوعية Objective coverage حيث يستطيع المستخدم قراءة الموضوع الواحد على أكثر من موقع ، والقيام بالمقارنة بينهما ، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية إلى حد كبير .

(11) التغطية الصحفية المستمرة Continuing coverage فالعمل لا يتوقف على الإنترنت 24 ساعة .

(12) التغطية الصحفية اللامحدودة Infine News Hale coverage لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت

1.

- نستنتج مما سبق أن الإنترنت فعلت عملية الاتصال التي نتت عبرها ، وأكسبت عناصر العملية الإعلامية مهارات ومميزات جديدة :
- فالقائم بالاتصال (المرسل) طورت أدائه ، ووفرت له وقتا وجهدا كبيرين على النحو الذي تقدم .
 - والمتلقي (المستقبل) زادت من حجم مشاركته الإيجابية في عملية الانتقاء والمشاركة في تصميم وبناء الرسالة الإعلامية أحيانا .
 - والوسيلة طورت من مفهومها وأضافت إليها سمات هامة كالنفاعلية وتعدد الوسائط وغيرها .

المصدر نفسه ، ص 27: 29

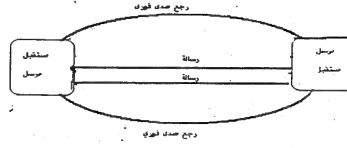
- والرسالة ذاتها (المضمون) الذي تحمله الشبكة إلى مستخدميها
اتسم بالعمق والتنوع والفورية وغيرها من السمات الهامة التي
توفرها الشبكة للرسالة الإعلامية.

- ورجع الصدى أعطت له صفة الفورية والسرعة بالقياس إلى
وسائل الإعلام الأخرى .

لقد أحدثت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تغييرا كبيرا في أدوار
ومفاهيم عناصر العملية الاتصالية ، على نحو يجعل كثيرا من نماذج
الاتصال التي قدمها أساتذة الإعلام في القرن الماضي قاصرة عن تفسير
وتوصيف عملية الاتصال التي تتسم عبر الإنترنت .

فإذا كان النموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض
وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معيناً في شكل رمزي ،
أي أن النماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة أو نظام ،
وإدراك العلاقات والصلات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو
ذلك النظام ¹، فإنه بالإمكان وضع هذا النموذج البنائي الذي يظهر
الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء ، أي المكونات وعدد وحجم
وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة²:

¹د. جهان رشقي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1975) ص 62
²المصدر نفسه ، ص 65



نموذج تبادل الأدوار بين عناصر العملية الاتصالية في الإنترنت (المؤلف)

وهذا النموذج يوضح التداخل الشديد بين وظيفة كل من المرسل والمستقبل ، فالصحفي حين يكتب موضوعا ما ، فإنه يجمعه من مصادر متعددة ومنها شبكة الإنترنت ، فهو في هذه الحالة مستقبلا قبل أن يكون مرسلا ، والمستقبل حين يتعرض للموضوع الإعلامي ويقوم بالرد على الرسالة بناء على الإمكانيات التفاعلية التي يتيحها الموقع - والتي تختلف من موقع لآخر - فيتحول بدوره من مستقبل إلي مرسل ، فقد زادت

الإنترنت إلى حد كبير التداخل بين كل من المرسل والمستقبل قبل وأثناء وبعد إرسال الرسالة الاتصالية.

ورغم أن هذا النموذج يفترض أن كل مستقبل في العمليات الاتصالية التي تتم عبر الإنترنت مستقبلاً نشطاً ، وقد لا يكون ذلك صحيحاً في كثير من الأحيان إلا أنه - مع بساطته - يقدم محاولة متواضعة لاختصار المعاني ، وتقديم صورة متطابقة للعملية الاتصالية التي تتم عبر شبكة الإنترنت .

ظواهر تثيرها شبكة الإنترنت :

تثير الإنترنت في علاقتها بالصحافة عددا من الظواهر الهامة ، منها :

(1) العولمة أو الكونية Globalization وهي محاولات تصغير

العالم ودمجه ، من خلال التقليل من أهمية الحدود الجغرافية والسياسية ، مع إتاحة إمكانية الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات ، ونشأت في مجال الاقتصاد وتعدته إلى المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية ، وساعد على انتشارها ثورة تكنولوجية واجتماعية ورغبة سياسية ، وتمثل في أحد جوانبها هيمنة للقيم الغربية بصفة عامة ، والأمريكية بصفة خاصة ¹ . ولعل الإنترنت هي الرمز البارز للعولمة الإعلامية التي تحمل في مضامينها محاولة عولمة الاقتصاد والسياسة والثقافة ، ومحاولة فرض نمط ثقافي وحيد يزعم أنه اعتلى عرش الثقافات والحضارات.

ومن إشكاليات العولمة في مجال الإعلام :

أ - الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي وعلى مواقع شبكة الإنترنت

¹ د . رضا عبد الواحد أمين ، الإعلام والعولمة (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007)

ب - سيطرة الشركات العملاقة على الإعلام الدولي ، مما يجعله أسير نمط قلة تقوم بتوجيهه حتى لو تعارضت أهدافه مع أهداف الدول بشكل عام والدول النامية على وجه الخصوص .

ج - أن عولمة الإعلام لا توفر حرية التبادل الثقافي ، فلا يزال التدفق الإعلامي يأخذ منحى واحدا من الشمال إلى الجنوب .

د - تقلص دور الدول - خاصة النامية - في شغل فضاءها الإعلامي ، وحمايته من محاولة الاختراق ، نظرا لضعف هياكلها التمويلية ، وتخلفها التقني والفني .

هـ - التخمّة المعلوماتية التي توفرها شبكة الإنترنت رمز العولمة الأكثر شهرة في هذا العصر .

(2) **التبعية الإعلامية :** حيث رسخت الإنترنت مفهوم التبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية ، وطبيعة توظيفها ، وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع أم لغير صالحه ؟ وهل اختراقها للحدود جاء على حساب انتهاك خصوصية الأفراد وحرماتهم ؟ أم جاء لصالح المجتمع وتطوره ؟¹

كما برزت تساؤلات حول سيادة اللغة الإنجليزية على الشبكة حيث تبلغ 77 % من الصفحات والمواقع على الإنترنت باللغة

¹ السيد نخت ، مصدر سابق ، ص 34

الإنجليزية ، وسيادة المضمون الأمريكي الذي ينسجم مع أسبقية الولايات المتحدة في ابتكار الإنترنت واستخدامها - على المستوى المدني - على نطاق واسع ، حيث يبلغ الأمريكيون نصف مستخدمي شبكة الإنترنت في العالم .

السنة	عدد المستخدمين
1995	26 مليون مستخدم
1996	55 مليون مستخدم
1997	74 مليون مستخدم
1998	147 مليون مستخدم
1999	201 مليون مستخدم
2000	378 مليون مستخدم
2001	516 مليون مستخدم
2002	605 مليون مستخدم
2003	801 مليون مستخدم
2004	934 مليون مستخدم
2005	1.07 مليار مستخدم

جدول يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في العالم¹

¹ NUA ,Internet How Many Online .available at <http://www.nua.ie/surveys/how-many-online/index.html>

وتؤكد الدراسات الأمبيريقية ما ذهبت إليه الدراسات النظرية القائلة بوجود اختراق ثقافي وتبعية إعلامية من أن الإعلام الوافد يمكن أن يؤدي إلى سيادة قيم الدول المخترقة وأنماط معيشتها ، وتلاشي قيم الدول المستقبلية وضياح هويتها¹.

(3) التفاعلية.. كذلك من الظواهر التي تثيرها الإنترنت التفاعلية في العملية الصحفية ، أي بين الصحفي وقرائه ، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه ، بل عملية تفاعلية ، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا ، بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في العمل الصحفي ، كما أصبح بمقدوره التحكم في المضمون الصحفي من خلال عمليات الانتقاء والاختيار والتوليف Customization مما يعطيه سيطرة أكبر على الأداء الصحفي².

(4) أخلاقيات العمل الصحفي .. وتثير الإنترنت قضية أخلاقيات العمل الصحفي ، إذ ليس هناك قوانين تنظم عما هذه الشبكة ، وليس هناك حراس بوابة Gate Keepers يتحكمون في المعلومات التي تنشر إلكترونيا ، وبالتالي فالالتزام بالمعايير المنصوص عليها في مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية لن يكون بإمكان أحد مراقبته أو المعاقبة على اختراقه ، كما أن الكثير من الشركات مزودي خدمة الاتصال

¹ أنتم منصور ندا ، الاختراق الثقافي عن طريق البث الوارد - دراسة مسح لأدبيات الاختراق ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي بالقاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، نوفمبر 1996 (ص 19)
² السيد نجيت ، مصدر سابق ، ص 34

بالإنترنت Servers تقوم بتجميع المعلومات عن روادها والتصرف في هذه المعلومات دون علم المشتركين ، وصارت المقولة الشهيرة التي أطلقت على مرتادي الإنترنت في بداية ظهورها (على الإنترنت لا يعرف أحد أنك كلب¹) قد عفا عليه الزمن ، الأمر الذي دفع أحد الباحثين الفرنسيين بالمطالبة بالحماية من التطفللات المعلوماتية ، وحماية الحياة الخاصة ، وإعادة تعريفها واحترامها وفق ما ينص عليه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان² .

مشكلات استخدام الإنترنت صحفيا :

يتعرض مستخدم شبكة الإنترنت سواء كان صحفيا أو متلقيا عددا من المشاكل والمعوقات لاستخدامه شبكة المعلومات ، وهذه المعوقات تنقسم إلى قسمين :

(1) معوقات غير قانونية .. وهي :

* أن غالبية المواقع على شبكة الإنترنت باللغة الإنجليزية ومعدة وفقا لمناهج الفكر الغربي وفلسفته الصحفية والإعلامية ، وهو أمر يضع قيودا

¹ بيل جيتس، مصدر سابق ، ص 155

² ماثيو أونيل ، الإنترنت وقول الحياة الخاصة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد 94 (ربيع - مارس 1999) ص 23

على انتشار استخدام الإنترنت من قبل الصحفيين الذين لا يجيدونها ، أو يجيدونها ولكنهم لا يحبون التعرض لمثل هذه الرؤى والفلسفات .

*غلبة المضمون الأمريكي بشكل خاص على شبكة الإنترنت ، الأمر الذي يكرس - من وجهة نظر أصحاب النموذج النقدي في الإعلام - من معاني الهيمنة والاختراق وتأثير المنتج على المستهلك ، حيث بنجم عن ذلك اعتبار معظم البلاد النامية مجرد مستهلكة للمعلومات التي ترد إليهم مثل أية سلعة أخرى ، وبالتالي فإن المستخدم لن يجد في المعلومات، التي توجد على الشبكة ما يمس اهتماماته ويتوافق مع ثقافته وآرائه ، بنفس القدر الذي يجد ما يعبر عن الثقافة الأمريكية .

*مشكلة المصادقية ..حيث لا يستطيع المستخدم تقييم مصداقية المعلومات التي يتمك الحصول عليها بدقة من الإنترنت لضمان القيام بتغطية موضوعية فيما يتعلق بالصحفيين ، أو بناء مواقف متزنة وموضوعية للمستخدمين بشكل عام ، فكما يقول Ketterer فإن المعلومات على الإنترنت يمكن أن تضلل ، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها ، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات ، أو تستخدم الادعاءات الملفقة ، أو يكتفي بها بديلا عن المصادر الأساسية ، كما تختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية كما أن المضمون الإباحي يمثل تحديا آخر أمام معلومات الشبكة ، حيث أوردت إحدى الأبحاث التي أجريت عام

أ.مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكروت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد94 ، أكتوبر 1985) ص 42

1995 أن نصف المشتركين يهدفون إلى البحث عن الوسيلة التي تمكنهم من فتح برنامج الأفلام والصور الإباحية.¹

*مشكلات اقتصادية : ارتفاع تكلفة البنية الأساسية اللازمة لخدمات الإنترنت في غالبية دول العالم الثالث والدول النامية .

*مشكلات تتعلق بكيفية الملاحة عبر الإنترنت Navigation فيمكن أن تستهلك وقتا كبيرا بلا جدوى بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث ، فالبحث عن المعلومات يقتضي تطوير المهارات البحثية ، فضلا عن أن المعلومات غير منظمة بشكل يسير ، والتعامل معها يقتضي إجراء فحص مزدوج للمعلومات ولرسائل البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت ممن أرسلها .

(2) معوقات قانونية :

حيث تقيد نحو 20 دولة في العالم وصول مواطنيها إلى شبكة الإنترنت تقييدا كاملا ..

- ففي بورما على سبيل المثال فان على الأفراد الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر أن يسجلوا أجهزتهم لدى الحكومة ، ومن يخالف ذلك يتعرض لعقوبة تصل إلى السجن 15 عاما ، وتقوم الحكومة بالتفتيش على مراكز الكمبيوتر .

¹حسن حامد ، الاعتراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث مقدم إلى ندوة الاعتراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير 1996)
ص 26

- وتحتكر حكومات أخرى تقديم خدمات الإنترنت مثل الصين التي تفرض رقابة شديدة على الأخبار والمعلومات الداخلة والخارجة على الشبكة ، وتفرض عقوبات مشددة على كل من يخترق مزود الخدمة الحكومي ، وتعاقب كل من ينشر مواد معارضة على الشبكة بالسجن .

- وتستخدم كثير من الدول العربية تكنولوجيا الحظر لما لا يتفق مع المعتقدات والقيم العربية والإسلامية ، فقد أخرت السعودية إدخال الإنترنت للبلاد إلى أن تم تطوير برامج تتيح حظر الوصول للمعلومات التي لا تتفق والقيم الإسلامية أو التي تهدد سلامة واستقرار المجتمع ، غير أن هناك حكومات أخرى تتبع سياسة الرقابة المخففة على محتوى الإنترنت .

وعملها فان الدول التي تتحكم تماما في الإنترنت وخدماتها ، وتفرض رقابة شديدة على محتواها تضم :

أذربيجان ، روسيا البيضاء ، بورما ، الصين ، كوبا ، إيران ،
كازاخستان ، ليبيا ، كوريا الشمالية ، المملكة العربية السعودية ،
سيراليون ، السودان ، سوريا ، طاجيكستان ، تونس ، تركمانستان ،
أوزبكستان ، فيتنام¹ .

¹ د. حسني نصر ، المصدر نفسه ، ص 249

الفصل الثالث

الصحافة الإلكترونية..

المفهوم والمحددات

الإعلام الإلكتروني

إذا كان التعريف الكلاسيكي للإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم¹ ، فإن أي مفهوم للإعلام لابد أن يرتبط بالمجتمع بكل مقوماته السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ويأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر مكنه ويتوجه إليه طبقا لما حدده الألماني (أتوجروت) لمفهوم الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت ، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة .

ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة مثلا) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية

¹ إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية : 1969) ص12

لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة ، بل ونمط التسويق أيضا ، إن التصور الأكثر موضوعية للإعلام الإلكتروني لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية ، لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة Meduim is The Message ، بل إن هذه التغييرات من المؤكد أنها ستصيب كافة أطراف العملية الاتصالية ، بل وسيتخلق مناخا اتصاليا يختلف في جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذي خلقتة ثقافة الإعلام التقليدي .

ويمكن القول إن الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية ، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ، ذات حجم غير محدد نظريا ، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام ، كما يتسم الإعلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء والوصول ألي وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت .

مفهوم الصحافة الإلكترونية Online/Electronic Newspaper

احتلت الصحيفة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الاتصال طوال القرون الثلاثة الماضية ، وكانت وسيلة مهمة لتدفق المعلومات إلى الجماهير ، كما أنها قامت بدور مهم في حياة كل المجتمعات ، ففي دول الشمال الغربية كانت محور الاهتمام في المجتمع نتيجة الدور الذي لعبته في تطور هذه المجتمعات ، وصياغة منظومة المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وقد تم النظر إليها على أنها تقوم بدور مهم في العملية الديمقراطية ، ذلك أنها تعطي الأفراد المعرفة اللازمة لقيامهم بدورهم في المشاركة السياسية ، أما في دول الجنوب فقد أسهمت الصحافة المطبوعة في الكفاح الوطني ضد الاستعمار ، وكانت من أهم الأدوات التي استخدمتها حركات التحرر الوطني¹.

ومع تطور الأحداث برز على الساحة الإعلامية منافسون للصحافة في شكلها المطبوع ، وبدأت الصحافة تبحث عن سبل جديدة لمواجهة هذه المنافسة ، ومع ظهور الإنترنت بدأت الصحف تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني.

ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل ، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى

¹ د. سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، مجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر - ديسمبر 2001) ص

، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر ، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة ، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (الإذاعة والتلفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد ومجلات) فإن الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث أصبح جميعا وسائل إلكترونية ¹ . وقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية فيما يلي :

- الصحافة الإلكترونية : هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت ، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة ² .
- الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات ، سواء كانت نسخة أو إصدار إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية ، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية ، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة ، سواء كانت تسجيلًا دقيقًا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم ، أي

¹ د. محمود خليل ، مصدر سابق ، ص 22

² د. محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، جريدة الأهرام بتاريخ 23-11-1998

- يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ، ومن ساعة لأخرى ، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصـدور.¹
- الصحافة الإلكترونية هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة ، وتحتوي على الأحداث الجارية ، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت.²
- الصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها ، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها ، وطبع ما يرغب في طباعته.³
- الصحافة الإلكترونية هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة ، والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونياً وإدارتها واستدعائها ، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقياً أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي.⁴

¹د.سعيد الغريب ، الصحافة الإلكترونية والورقية : دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ،

المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر -ديسمبر 2001) ص 213

²د. جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأنيوها على قراءة الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية ، بحث منشور بمجلة

كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد 20 (القاهرة : 2002) ص 1285

³د.حسين نصر ، مصدر سابق ، ص 90

⁴د.محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للحرثاء المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للحرثاء القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر

الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل 2003) ص4

وباستعراض هذه المحاولات لتحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية يمكن ملاحظة ما يلي :

- (1) الاتفاق على أنها لا تأخذ الشكل الورقي المطبوع حتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية.
- (2) أن مستخدم الصحافة الإلكترونية يقوم باستدعائها من شبكة المعلومات .
- (3) أنها لابد أن تأخذ طابعا دوريا (تغيير المحتوى كل زمن معين) حتى تنطبق عليها صفة الصحافة .
- (4) أن المادة المكونة للصحافة الإلكترونية ليست نصوصا فقط ، بل يمكن أن تضم بجانب النصوص الصوت والصورة المتحركة (لقطات الفيديو) والرسوم حسب تطور موقع الصحيفة وإمكانياته التقنية .
- (5) أن هناك من الباحثين من عد التليفزيون التفاعلي نوعا من الصحافة الإلكترونية ، والواقع أن هذه المقولة تحتاج إلى مزيد من البحث ، وهل يمكن اعتبار قناة النيل للمعلومات التي يبثها التليفزيون المصري بنظام الفيديو تكسبت نوعا من الصحافة الإلكترونية ؟

يذهب الباحث إلى عدم اعتبارها نوعا من الصحافة الإلكترونية للأسباب التالية :

1- أن هذه الخدمة نوع من الخدمات التليفزيونية وليست الصحفية.

2- أنه لا يتوافر بها السمات التفاعلية المتوافرة للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت .

3- أن النظام الذي يصل به مضمون هذه الخدمة هو الفيديو تكست وليس الشبكات .

4- أن هناك فرقا بين مفهوم الصحافة الإلكترونية الحديث ، وبين الإعلام الإلكتروني التقليدي (الراديو والتلفزيون) .

وعليه فإنه يمكن تقديم التعريف التالي للصحافة الإلكترونية :

" هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري وبرقم مسلسل ، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية ، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي ، سواء كان لها أصل مطبوع ، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة "

ويستبعد من هذا التعريف ما يلي :

(1) المواقع الشخصية التي يعدها أشخاص لأنفسهم ، وتشتمل على عدد من الروابط لمواقع أخرى.

- (2) المواقع التي لا يتجدد مضمونها بشكل دوري ، أو يجدد ولكنه لا يأخذ الرقم المسلسل الذي يميز الصحيفة .
- (3) مواقع وكالات الأنباء والمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية ، حيث تعد هذه المواقع امتدادا لعمل هذه المؤسسات ، وناقذة إعلامية ودعائية لها على شبكة الإنترنت.
- (4) خدمات التلفزيون التفاعلي والفيديو تكست للمبررات السابق ، إيرادها.
- (5) المواقع الدعائية التي تعدها بعض الصحف الورقية للترويج للأصل المطبوع.

ومن أمثلة الصحف الإلكترونية :

صحيفة الأهرام ، وموقعها على شبكة الإنترنت

<http://www.ahram.org.eg>

أنواع الصحف الإلكترونية :

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة إلى الأنواع التالية:

(1) الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية .

(2) الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد أساسا على الحاسبات الإلكترونية في ف عملية الإرسال والاستقبال ، وهذه الصحافة الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي :

* الصحافة الإلكترونية الفورية Online Journalism التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجانا ، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت ، وتتميز بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات ، واستخدام لغة الهايبرتكتست .

* الصحافة الإلكترونية غير الفورية Offline Journalism التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية CDs أو الأقراص المرنة Floppys .

* وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات الإلكترونية ، مثل الصحافة التي تعد طباعات خاصة

معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل ،
ويطلق عليها صحافة الفاكسيميل ، حيث يتم استقبالها على
أجهزة الفاكسيميل ¹.

وتعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنتقل للمتلقى عبر شبكات
المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية التي يدور حولها
الكتاب.

ويمكن تقسيم هذا النوع من الصحافة (الصحافة الإلكترونية الفورية)
وفقا لعدد من الاعتبارات:

أولا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:
(1) صحف إلكترونية خالصة أو كاملة Online newspaper وهي
أيضا على صورتين:

(أ) صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط
على الشبكة ، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها
أيضا أمثلة من الصحافة العربية ، حيث لم تعد هناك حاجة
لإمكانيات كبيرة لإصدار صحيفة ، فقد أصدر عشرة صحفيين
جزائريين صحيفة باسم الجيريا باللغة الفرنسية والإنجليزية
تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على

¹د. محمود علي الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والتحديثات (القاهرة : د.ن. ، 2000) ص 23

الإنترنت ، ودون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر ، ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت¹، وعنوانها هو: www.algeria.interface.com كما يوجد لها مثال بارز في الصحافة المصرية وهي جريدة الشعب التي تصدر عن حزب العمل التي أوقفتها الحكومة المصرية في شكلها المطبوع في سبتمبر 2000م ، ولكنها عادت لتصدر على شبكة الإنترنت دون أن يكون لها أصل مطبوع ، ودون الحصول على ترخيص من السلطات المختصة ، وموقعها على شبكة الإنترنت: <http://www.alshaab.com> .

(ب)صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع ، ولكن لا تشترك معه في محتوا ، ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية ، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوروبية . ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى لاختلاف خصائص الجمهور في كل من الصحافة الإلكترونية والورقية من ناحية ، واختلاف طبيعة الوسيلة أو الوسيط الناقل من ناحية أخرى .

¹جمال زائدة ، صوت الرقابة ، مقال جريدة الأهرام المصرية ، العدد 41252 ، تاريخ 1999/11/16

(2) نسخ إلكترونية من الصحف الورقية ، وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت ، وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:
- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني .

- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي .
ثانيا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع :

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت ، وتنقسم الصحف الإلكترونية إلى أنواع أربعة :

(1) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) Graphic Interchange Format والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت¹، وهي تقنية غير جيدة ، بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية ، ومثالها جريدة الشعب المصرية ، والسياسة الكويتية .

(2) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول PDF (Portable Datagram Format) وهو نمط قريب من

¹ د. حسني نصر ، الإعلام والإنترنت ، مصدر سابق ، ص 108

النمط السابق ، ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية ، ومثالها جريدة السفير اللبنانية والمدينة السعودية .

(3) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML (HyperTextMarkupFormat) وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص¹⁰ ومثال هذا النوع جريدة الأهرام المصرية والرياض السعودية والبيان الإماراتية .

(4) صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين ، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية ، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة ، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة ، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها .

¹⁰ المصدر نفسه ، ص 108

ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفة المستقبل والنهار اللبنايتين .

ثالثاً : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة :

- (1) صحف مصرية وهي التي تبث عبر الإنترنت من داخل مصر ، مثل الأهرام والأخبار وغيرهما
- (2) صحف عربية تصدر من دول عربية ، مثل السياسة الكويتية ، والرياض السعودية ، وغيرهما .
- (3) صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي مثل الحياة والشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية من لندن
- (4) صحف أجنبية ..وهي كثيرة جداً ، منها نيويورك تايمز والواشنطن بوست وغيرهما .

كما تنقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبار المحتوى ومجال الاهتمام، واللغة ، والتخصص ، ودورية الصدور ، وهي التقسيمات التي تنسم بها الصحافة بشكل عام

الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية :

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت جذبا للقراء ، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston ، أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الإنترنت ، وهي نتيجة لم تكن متوقعة ، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة ، ووجدت لدراسة أن 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار ، حيث تضاعفت عدد زوارها إلى الضعف في ستة أشهر ، متجاوزة بذلك مواقع عالمية شهيرة ، وأوضحت أنها وجدت من قبل الزوار استعدادا لإنفاق المزيد من الأموال في سبيل الحصول على المعلومات من تلك المواقع ، إلا أنها أشارت إلى أن قراءة النسخة الإلكترونية سيؤثر على مبيعات الصحيفة المطبوعة نفسها ، مشيرة أنه لتعويض ذلك فإن تلك المواقع تقوم بالتوسع في نشر الإعلانات لأكثر قدر ممكن من الزوار اليوميين¹.

وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ، ومنها :

(1) خدمة البحث :حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها ، أو داخل شبكة الويب ، وبعض الصحف

¹ Available online at :<http://www.albadrani.net.in24/1/2004>

يُتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة (سنة أشهر مثلا) أو أقل أو أكثر ، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع ، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول على مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث ، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ، بل وتختلف هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية ، مثل موقع صحيفة الخليج الإماراتية .

(2) خدمة البحث في الأرشيف Archives ، وتتصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول ، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية ، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها ، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها

(3) خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة ، وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات

الصحيفة الإلكترونية ، فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة USA Today الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان Print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية ، وتتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس .

(4) خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة ، من خلال نشر أسعار الإعلانات في الصحيفة الورقية ، وطبيعة الخدمات الاعلانية التي تقدمها ، بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة ، كما تفعل جريدة الأهرام المصرية .

(5) خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية ، وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية ، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة ، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان .

(6) خدمة البريد الإلكتروني E-mail وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ، فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى المحررين ، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقديم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي

على الموقع ، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا على بريد المستخدم ، وتهدف من وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام ، حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى .

(7) خدمة مجموعات الحوار : وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها ، وتنقسم مجموعات الحوار إلى :

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير .
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم ، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسة للصحيفة ، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا ، وغيرها .

(8) خدمة الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة ، وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور ، ودون الدخول في تفاصيل الموقع .

(9) خدمة خريطة الموقع Sit map وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم ، خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات ، مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

- (10) خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا FAQ (Frequently Asked Question) وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع ، وتمثل هذه الخدمة خدمة المساعدة help التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها .
- (11) خدمة الربط بالمواقع الأخرى Related sites وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له ، وغالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة ، أو بينها وبين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين .
- (12) خدمة الإعلانات المبوبة ، وتشمل هذه الخدمة إعلانات السيارات والمزادات وإعلانات الوظائف الخالية ، وإعلانات العقارات ، وإعلانات المشاركة في خدمات خاصة ، وخدمات التسوق Shopping .

سمات الصحافة الإلكترونية :

وتتسم الصحافة الإلكترونية عن مثيلتها الورقية بعدد من السمات

أهمها :

(1) التفاعلية : حيث تستخدم الصحف الإلكترونية هذا الأسلوب

التفاعلي من خلال تكتيك النص المترابط أو الفائق

Hypertext الذي يتضمن وصلات Links لنقاط داخل

الموضوع أو الخبر المنشور (تعريف - سيرة ذاتية -

معلومات خلفية - آراء سابقة - موضوعات ذات صلة)¹

وتنقسم التفاعلية Interactivity إلى قسمين :

أ - اتصال تفاعلي مباشر ، مثل مشاركة القراء في غرف الحوار

Chatting ونشر بعض الصحف لمضمونها ، وخدمة المراسل

Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسئول

الصحيفة ومحرريها ومراسليها .

ب - اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الإلكتروني ، والاستفتاءات

أو المنتديات الحوارية والقوائم البريدية .²

(2) العمق المعرفي .. حيث تتسم الخدمات التي تقدمها الصحف

الإلكترونية بالعمق والشمول ويتهى ذلك من اتساع المساحة

¹ د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات ، مصدر سائل ، ص 271

² عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز المسكر ، إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت ، دراسة تقنية ، تحت مقدم إلى المؤتمر العلمي لسوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم عن الصحافة العربية وتحديات المستقبل (القاهرة : 8، 9 مايو 2002) ص 11

المتاحة لهذه الصحف ، فلا ترتبط الصحف الإلكترونية بقيود المساحة كما في الصحف المطبوعة ، فتقدم خدمات إضافية من شأنها تقديم خلفيات للأحداث ، وربطها بالقضايا المتعلقة بها ، ويتمثل ذلك في :

- تصفح موضوعات ذات صلة بالموضوع الذي يطالعه القارئ
- إمكانية العودة لأرشيف الصحيفة ، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية العودة لأعدادها الماضية بفترات زمنية متفاوتة .
- النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة للاطلاع على مزيد من المعلومات .
- الاطلاع على عدد من بعض الطباعات التي تصدرها الصحيفة كالطبعة الدولية مثلا .

(3) المباشرة والتحديث المستمر : ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية Online تستهدف إحاطة مثصفحيها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات ، وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبته في متابعة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة والفورية إحدى أهم سماتها .

(4) تعدد خيارات التصفح : حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضاعت اهتماماتها ، ما تتطلب إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية ، إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقا لما تطلب ، وهي التي يطلق عليها Newspaper-onDemand ، كما يطلق عليها الصحف الافتراضية ، وهي الصحف التي تتحدد المواد التي تنشرها بناء على الحاجات الاتصالية الخاصة بقرائها .

(5) سهولة التعرض : حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور ، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل ما يجب أن يبذله من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد ، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها ، فقد أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب ، ذلك أن أفراد هذا الجيل " يهتمون بالإنترنت ، ويميلون إلى تلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق " وتتحقق سهولة التعرض التي تتم بها الصحف الإلكترونية من خلال الالتزام بالسلمات التحريرية المميزة

لمضامين الصحف الإلكترونية ، إضافة إلى أهمية دعم هذه المضامين من خلال لغة ميسرة ووسائط متعددة.¹

(6) إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى 24 ساعة ، بينما ينتظر القارئ يوما كاملا للحصول على العدد الجديد من الصحيفة اليومية الورقية.²

(7) أنها تصدر في الوقت الحقيقي لتحريرها real time³ ، بخلاف الصحيفة الورقية التي تستغرق عملية توصيلها للقارئ وقتا طويلا من خلال شبكة التوزيع والنقل للجريدة أو المؤسسة التي تنتمي لها .

(8) أنه لا توجد مشكلة في المساحة في الصحافة الإلكترونية حتى تختصر الموضوعات كما يحدث أحيانا في الصحف الورقية.

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن بعض هذه السمات كانت وراء تفضيل قراء الصحف الإلكترونية لها ، وسببا لرضائهم عنها ، وحددت بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث أنهم في الغالب ذكور وشباب ، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم ، وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة

¹ المصدر نفسه ، من ص 11 إلى ص 16 تصريف .

² . حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ، 104

³ . عمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات ، مصدر سابق ص 271

يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي ، وعزا قراء الصحف الإلكترونية سبب رضاهم عنها إلى :

- أنها متوافرة طول اليوم.
- لا تحتاج إلى دفع رسوم .
- تمكنهم من متابعة الأخبار في أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم .

وبالرغم من أن كثيرين أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعض مواقع الصحف ، أو مشكلات عدم رضا عن المحتوى الرسمي لبعض الصحف ، لا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى معقولا من الرضا عن هذه الصحف.¹

¹دراسة أجراها د. فايز الشهري والباحث البريطاني بروفيسور باري فتر رئيس قسم البحث العلمي بمكتبة الصحافة عامية شيفيلد ببريطانيا ، ويمكن الاطلاع على ملخصها على الموقع التالي : <http://www.emerald in sight.com/0001-253x.htm>

مقومات نجاح الصحافة الإلكترونية :

يُحدد مقدار نجاح الصحيفة الإلكترونية بمقدار ما تنفذه من سمات الصحافة الإلكترونية ، وما تستخدمه من إمكانيات متوافرة على شبكة الإنترنت ، كما يتطلب ذلك أيضا ما يلي :

- الوعي بطبيعة الوسيلة ، فالصحف الإلكترونية تعد وسيلة جديدة لها سماتها الاتصالية والشكلية الخاصة ، ولها جماهيرها الخاصة التي تتطلب إلى خدمات صحفية تشبع حاجاتها الاتصالية ، وعلى القائمين على هذه الوسيلة إدراك أنها تتوجه لجماهير محددة ، تختلف في سماتها الديموجرافية وحاجاتها الاتصالية عن جماهير الصحف الورقية .

-السعي لأسواق إعلانية جديدة ، بحيث ينظر القائمون عليها إلى الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلانية قائمة بذاتها ، وأن الإعلان فيها ذو صفة خاصة تختلف عن الإعلان في النسخة الورقية من حيث الانتشار ، والتفاعلية ، والوسائط المتعددةالخ

(1) التوجه نحو تكاملية الأداء مع الصحافة المطبوعة (بالنسبة للصحافة الإلكترونية ذات الأصل المطبوع) بحيث يسهم الإعلام الإلكتروني والمطبوع في تقوية بعضه البعض ¹ .

¹ أحمد عبد الحكيم عميد ، الصحافة الإلكترونية للحرارة المصرية للطبعة ، ، ص 12

- (2) ضرورة فصل الجهاز التحريري لكل من الصحافة الإلكترونية والورقية ، نظرا لاختلاف طبيعة الوسيلتين .
- (3) خلق موارد مالية جديدة ، وذلك من خلال إعداد الدراسات والحملات الإعلامية المتوجهة للمعلنين لتشجيعهم على الإعلان في مواقع الصحف الإلكترونية .

الفصل الرابع

تطور الصحافة الإلكترونية

شهد الميدان الصحفي عدة محاولات لتوصيل الصحيفة إلى قرائها عبر الوسائل الإلكترونية ، بغية توفير الوقت الذي تستغرقه عملية توصيل الصحيفة إلى القراء عبر شبكات التوزيع.

فمنذ نحو خمسين عاما كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس ، وكانت النسخة تكلف من خمسين إلى مائة دولارا ، كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديو تكس Videotex في بدايات الثمانينيات ، وذلك باستخدام خطوط التليفون ليتم استقبالها على شاشات التليفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري ، ولكن انخفاض وضوح الصورة ، بالإضافة إلى بطء الاستعراض جعل قراءة الصحف عملية صعبة ، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيرا من استقبالها بهذه الطريقة ، كما بدأت بعض الشركات في الثمانينيات مثل كمبيوسرف CompuServe في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية في الولايات المتحدة في إطار تجريبي ، ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية ، ولأنها لم تجد مستهلكين كافيين لاستمرارها .

وبانتشار الإنترنت في التسعينيات بدأت الصحف في التواجد على الشبكة الدولية للمعلومات ، وساعد على ذلك عدة أسباب :

- (1) أن الصحف المطبوعة كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة .
 - (2) زيادة تكلفة الإنتاج والتوزيع .
 - (3) انخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعانين إلى وسائل إعلان أخرى .
- وكانت الدوافع التي قادت الصحف المطبوعة إلى الدخول عالم النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي :
- (1) أن الصحف أرادت أن تحجز لها مكانا على الطريق السريع للمعلومات Information Super Highway إلى حين تقرر كيف يمكنها تحقيق ربح مادي عن طريق النشر الإلكتروني .
 - (2) أن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال خوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة .
- ففي أوائل التسعينيات اتجهت الصحف إلى البحث عن وسائل لتوزيع المعلومات إلكترونيا ، فارتبط بعضها بشركات تقديم خدمات الإنترنت ، وجرب البعض الآخر إرسال نسخ بالفاكس إلى القراء ، وتقديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر ، كما حاولت بعض الصحف إنتاج أقراص ممغنطة CDs تحوي أعدادها السابقة ، بالإضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمة الصحفية باستخدام الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني ، واستمرت هذه المحاولات على هذا النحو حتى .

ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية (الويب) الذي أدخل الصحافة عصر لتوزيع الإلكتروني الجماهيري¹.

وهناك خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الإلكترونية الأولى التي ظهرت على شبكة الإنترنت ، فقد رأى الدكتور محمود علم الدين أن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت ، حيث تعد السويد من الدول التي لها نشاط كبير في الإنترنت مثل الولايات المتحدة وكندا وأستراليا² ، ووافقه في ذلك الرأي الدكتور جواد الدلو³.

في حين يرى الدكتور حسني نصر أن صحيفة تريبيون Tribune الأمريكية التي تصدر من ولاية نيو مكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج إلى الإنترنت وتؤسس لها موقعا على الشبكة في عام 1992 م⁴ ، ووافقه هذا الرأي جمال غيطاس رئيس تحرير مجلة لغة العصر الصادرة عن مؤسسة الأهرام، أخذاً عن بحث حول تاريخ الصحافة الأمريكية نشره الباحث الأمريكي مارك ديويز⁵ ، كما كانت صحيفة يو إس إيه توداي USA Today الأمريكية اليومية أول صحيفة كبرى تخرج إلى

¹ حسني نصر ، مصدر سابق ، ص 93

² د. محمود علم الدين ، محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، 1997م) ص 155

³ جواد راجب الدلو ، الصحافة الإلكترونية (ن فلسطين وإحتتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية بالقاهرة ، جامعة الأزهر (القاهرة : العدد 20، 1422هـ - 2002م) ص 1278

⁴ د. حسني نصر ، مصدر سابق (2003) ، ص 94

⁵ جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة : المركز العربي للإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية) العدد 114 ، يناير - مارس 2004م ص 218

الإنترنت مستخدمة تكنولوجيا النص الفائق ، حيث أتاحت للمستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى ، وإلى الأقسام المتعددة للصحيفة مثل العناوين الرئيسية والصور والأبواب المتخصصة مثل المال والاقتصاد والرياضة وأحوال الطقس....الخ¹

- وبدأت الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت في منافسة الصحف المطبوعة منذ أن قامت مجلة نيوزويك News Week الأمريكية واسعة الانتشار بمتابعة فضيحة الرئيس الأمريكي بيل كلينتون مع مونيكا لوبنسكي عبر موقعها على الإنترنت ، وقبل الموعد الأسبوعي لصدر المجلة.²

وفي عام 1993 كان هناك 20 صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات تنشر إلكترونياً ، وبمرور الوقت ، وفي منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة .
وفي بداية 1996 كان على الشبكة نحو 154 صحيفة إلكترونية وفي أكتوبر 1996 وصل الرقم إلى 1562 صحيفة إلكترونية وفي منتصف 1997 وصل إلى 3622 صحيفة إلكترونية وفي نهاية عام 1997 بلغ عدد الصحف على الشبكة 4000 صحيفة إلكترونية

¹ حسني نصر ، مصادر سابق ، ص 94

² جمال زائدة ، موت الرقابة ، جريدة الأهرام المصرية عمود أحداث في الأبحار ، العدد 41252 بتاريخ 1999/2/16م

وبحلول عام 2002 كان هناك نحو 5000 صحيفة إلكترونية على الإنترنت.¹

الصحف الإلكترونية في العالم العربي :

دخل العالم العربي مجال الإنترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم ، وربما تكون الإنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة ، بالقياس إلى انتشار الطباعة والراديو والتلفزيون في العالم العربي ، ففي التاسع من سبتمبر 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور ، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1 يناير 1996 ، تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو 1996 والسفير في نهاية العام نفسه² .
ثم توالى الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت ، حتى أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها - أو بعضها - على شبكة الإنترنت.

¹ أحسن نصر ، مصدر سابق (2003) ص 93

² السيد نجات ، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين ؟ بحث منشور ضمن كتاب نموت في الصحافة المعاصرة (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ،

2000) ص 121

وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلى أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالمياً ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي ، حيث تواضع نسبة عدد مستخدمي الإنترنت العرب قياساً إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي ، وبينت الدراسة إلى أن ضعف البنية الأساسية لشبكات الاتصالات ، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية قد أخرت الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت ، وأثرت بشكل رئيس على سوق الصحافة الإلكترونية ، وبينت الدراسة أنه في ظل التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت ، وظهور الأجيال الجديدة التي لا تقبل على الصحف المطبوعة وجدت الصحف العربية أنه من غير الممكن تجاهل شبكة الإنترنت برغم غياب التخطيط ودراسة الجدوى ، وعدم وضوح مستقبل الصحافة الإلكترونية أمام الناشئين العرب¹.

ويضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الإنترنت، وهذا ما أكدته الدراسة التي أكدت أن المضمون المنشور في

<http://www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm> available in 20/1/2004

النسخ الإلكترونية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية مقارنة بالنسخ المطبوعة واحد لم يتغير إلا تغيراً طفيفاً في بعض عناوين الأهرام ، وما عدا ذلك لا تغير فيه إلا في طريقة الإخراج على شاشة الحاسب الآلي التي تختلف بالضرورة عن بسط المادة الصحفية على مساحة الصفحة الورقية ، وهكذا فعن تشابه المضامين في النسخ المطبوعة مع محتوى نظائرها الإلكترونية إلى حد كبير لا يضيف تميزاً للمضامين الإلكترونية¹.

يتضح مما سبق أن الصحافة الإلكترونية العربية - بشكل خاص - تواجهها عدة تحديات تعوق تميزها ، ومنافستها لمثيلاتها الأجنبية ، وأهم هذه التحديات هي :

- (1) ضعف عائد السوق (القراء والمعلنين) .
- (2) عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية .
- (3) المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة باللغة العربية .
- (4) عدم وضوح مستقبل النشر عبر الإنترنت في ظل عدم وجود قاعدة (مستخدمين) جماهيرية واسعة².

¹ د. محمد عبد الحكيم محمد ، مصدر سابق ، ص 34

² www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm

الصحافة الإلكترونية في مصر :

وعلى مستوى الصحافة المصرية :

- فإن صحيفة الجمهورية التي تصدر عن دار التحرير للطبع والنشر هي أول صحيفة مصرية تنشر نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت وذلك في تاريخ 16 فبراير 1997م .
- وتلتها جريدة الأهرام بإنشاء موقع لها على الشبكة في 5 أغسطس 1998م.
- وتأخرت جريدة الأخبار في إنشاء موقع لها إلى 30 يونيو 2000م

ومرت هذه الإصدارات الإلكترونية الثلاثة ببث تجريبي في الأشهر الأولى ، ظلت الجمهورية ستة أشهر في بث تجريبي ، وكذلك الأهرام ، أما الأخبار فقد ظلت في البث التجريبي ثلاثة أشهر فقط ، وكان لها جميعا الاستقرار والثبات في الشكل والتحميل ، وكانت التقنية المستخدمة في البداية هي تقنية الصورة ، وسرعان ما عملت المؤسسات الصحفية الثلاثة التي تصدر هذه الصحف الإلكترونية على تحديث الأنظمة ، وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطورا كالنص الفائق ، واستخدام الوسائط المتعددة في بعض الموضوعات .¹

¹د. محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للبرائد المصرية المطبوعة دراسة تحليلية للبرائد القومية اليومية الأخبار والأهرام والجمهورية : مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، 8-9 أبريل 2003م) ، ص 32

وقد كان هدف ظهور الصحف الإلكترونية المصرية على شبكة الإنترنت ما يلي :

- (1) جذب جيل جديد يتواصل مع النسخة المطبوعة .
 - (2) الانتشار الأوسع للنسخة المطبوعة .
 - (3) تغطية نقص النسخ المطبوعة في بعض مناطق التوزيع في الداخل والخارج .
 - (4) مواكبة تقنيات النشر الإلكتروني .
 - (5) تحقيق عوائد مادية من الإعلانات الإلكترونية .¹
- وتوالى بعد ذلك إنشاء مواقع لـصحف مصرية كثيرة ، فقد حملت المؤسسات القومية كل إصداراتها تقريبا على الشبكة ، كما دخل ميدان النشر الإلكتروني صحف كثيرة أدركت أهمية التواجد بشكل فوري على الإنترنت ، مثل جريدة الوفد والأسبوع واللواء الإسلامي وأفاق عربية ، وغيرها من الصحف المصرية .

¹ المصدر السابق نفسه ، ص 33 ، من خلال مقابلات مع مسئولي الإصدارات الإلكترونية في الأخبار والأحرار والجمهورية .

تحديات الصحافة الإلكترونية المصرية :

بالرغم مما حققته الصحافة الإلكترونية في مصر من تطور في الخمس سنوات الأخيرة بالقياس إلى دول عربية أخرى ، إلا أن واقع الصحافة الإلكترونية في مصر يواجه عددا من التحديات ، منها :

أولا : تحديات في المفهوم ، وتتمثل في :

- عدم وضوح الرؤية لدى كثير من العاملين في المجال الإعلامي عن مفهوم الصحافة الإلكترونية .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض القائمين على الإنترنت حول صحفية المواقع ، وربما ساعد على ذلك أن هذه المواقع تصدر من خلال شركات مساهمة لها أنشطة وأعمال مختلفة .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض المؤسسات الصحفية حول طبيعة الموقع الصحفي ، و تسند عمليات تأسيس مواقع لها إلى فنيين ومبرمجين ومن ليس لهم علاقة بالعمل الصحفي أو الفكري¹.

ثانيا : تحديات في التدريب والتطوير ، ويتمثل ذلك في تأخر العاملين في المؤسسات الصحفية في تطوير المهارات الصحفية والفنية التي تمكن الصحفي من العمل في الصحافة الإلكترونية ، وعدم وجود مؤسسات أو

¹ هشام جعفر ، الصحافة الإلكترونية في مصر : الواقع والتحديات ، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة) ، العدد 114 ، يناير - مارس 2004
ص 253

برامج تدريبية لتدريب وتطوير إبتكائيات المحرر بالعمل على مواقع الإنترنت .

ثالثا : تحديات تمويلية : حيث لم تظهر حتى الآن صحف إلكترونية تعتمد على مصادرها الذاتية دون الاعتماد على المؤسسة التي تتبعها ، ومعظم الصحف الناجحة تابعة لمؤسسات تجارية أو غير هادفة للربح تقوم بالإتفاق عليها لأغراض تجارية أو تسويقية أو دعوية .

رابعا : تحديات أكاديمية ، فرغم محاولات بعض المؤسسات الأكاديمية بتدريس مبادئ الصحف الإلكترونية من خلال بعض المقررات ، فغن الدراسات ما زالت حديثة ، ويطغى عليها الجانب النظري الذي لم يدمج بين النظرية والتطبيق .

خامسا : تحديات الاعتراف ، فما زالت لصحافة الإلكترونية غير معترف بها على المستوى الرسمي متمثلا في المجلس الأعلى للصحافة أو نقابة الصحفيين ، فلا تسمح النقابة للعاملين في الصحافة الإلكترونية بالانضمام إليها بصورة أو بأخرى ، كما لا تشمل جوائز العمل الصحفي على المستوى المصري العربي قوالب الصحافة الإلكترونية .¹

¹ المصدر السابق ، صف 254

الفصل الخامس

مستقبل المنافسة

بين الصحف الورقية والإلكترونية

حينما تظهر وسيلة إعلامية جديدة ثمة تساؤلات تطرح وتثار ، عن مزايا وسلبيات الوسيلة الجديدة ، وأثرها على الوسيلة التقليدية (القديمة) بالقياس إلى الوسيلة الجديدة ، وهذا ما حدث حين توصل العقل الإنساني إلى الراديو والتليفزيون ، ودرجة تأثيرهما على الصحافة المطبوعة على الورق ، وهو ما يحدث الآن من جدل حول مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية بشكلها التقليدي ، والصحف الإلكترونية بإمكانياتها المتعددة .

ومن شأن الصحف الإلكترونية طرح الفرضية التالية :

تعدد خيارات وصول الناس إلى أوعية المعلومات ومصادر الأخبار الإلكترونية ، بالإضافة إلى حرية التحكم في شكل ومضمون الوجبة الاتصالية التي سمحت بها التقنية الحديثة ، ربما تكون هي أبرز العوامل التي تحدد شكل ومستقبل الإقبال على هذه الوسائل الجديدة ، وبالتالي نمط العلاقة مع الصحافة التقليدية ، والقضية وإن بدت قضية حرية اختيار من جهة القارئ ، وتنافس على لإرضائه من قبل الصحف ، ربما تتجاوز مفهوم حلول وسائل الإعلام الجديدة مكان القديمة إلى علاقة أقل التزاما من القارئ المستهلك ، وأخف إلزاما من جهة حارس البوابة في الصحيفة الذي تمتع طويلا بوظيفة تحديد اهتمامات القراء بالنيابة عنهم ، وكأن هذا كله يبشر بعلاقة ندية بين المستهلك والمنتج ، تتحرك بانسيابية وهذوء ، على الرغم من أنها في حقيقتها تحمل بذور ثورة مفاهيم شاملة من حيث

قدرتها على تبديل الأدوار ، واكتساح العديد من قواعد النشر وأساليب توزيع المعلومات والأخبار المعهودة¹.

وقبل بيان العلاقة بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ينبغي إيضاح حالة الصحف الورقية قبيل و أثناء ظهور الصحافة الإلكترونية ، فقد أكد كثير من الباحثين أن الصحف الورقية تشهد أزمة في الوقت الراهن ، نظرا لشراسة المنافسة بينها وبين القنوات التليفزيونية الفضائية ، أو لظهور منافسين جدد على الساحة الإعلامية .

ومن مظاهر أزمة الصحف الورقية :

- (1) اختفاء عدد من الصحف المطبوعة على مستوى العالم بشكل عام ، وفي الولايات المتحدة وأوروبا الغربية بشكل خاص - وهو ما يفسر أن اختفاءها جاء لأسباب اقتصادية - أو اندماجها مع صحف أخرى ، وبالرغم من أن عدد الصحف التي اختفت ما زال قليلا قياسا بعدد الصحف في الولايات المتحدة ، إلا أن ذلك يعد مؤشرا خطيرا على إمكانية اختفاء الصحف المطبوعة خلال العقدين القادمين .

¹فايز بن عبد اله الشهري ، جريدة الرياض بتاريخ 2003/9/7م Available in www.fayez.net

(2) تناقص توزيع الصحف ، وهذا ما أكدته الدراسات التي أجريت على الولايات المتحدة وأوروبا أيضا خلال فترة التسعينيات ، وبالرغم من أن تقرير الرابطة الدولية للصحافة يشير إلى أن سوق الصحافة الأمريكية قد شهد استقرارا نسبيا مع تناقص قليل في التوزيع خلال عام 2000م ، إلا أنه لا يمكن القول اعتمادا على هذا التقرير أن الصحافة الأمريكية لم تعد تواجه خطر تناقص التوزيع¹، وهو ما يعني وجود أزمة نشر ، وتبدو ملامح هذه الأزمة في العالم الثالث بشكل يوضح الفجوة الكبيرة بينه وبين الدول المتقدمة ، فقد شكلت الدول المتقدمة في السنين الأخيرة حوالي 20% من مجموع السكان في العالم، لكنها أصدرت أكثر من 70% من الكتب في العالم، الثالث الذي يشكل حوالي 80% من سكان العالم لكنه مع ذلك ينتج وينشر أقل من 30% من الكتب في العالم، في حين أن أوروبا التي يسكنها 15% من سكان العالم فقط لكنها مع ذلك تنتج وتنشر أكثر من نصف الكتب الصادرة في العالم²

¹ سليمان صايح : مستقبل الصحف المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، مجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 13 ، أكتوبر - ديسمبر 2001م) ص 107
² أزمة النشر في العالم الثالث ، إحصاءات من موقع www.darislam.com
Available in 4/8/2004

(3) تناقص دخل الصحف من الإعلانات ، حيث تشير دراسة نشرت في مجلة كولومبيا للصحافة أن حجم الإنفاق الإعلاني على شبكة الإنترنت قفز من 1.9 مليار دولار عام 1998م ، إلى 4.6 مليار دولار في أواخر عام 1999م ، وقد تعرضت الصحافة العربية المطبوعة لعدد من التحديات في فترة التسعينيات من القرن الماضي أهمها ظهور الفضائيات العربية ، وتطور وسائل متخصصة في الإعلان ، مثل الجداريات واللوحات الإعلانية على جوانب الطرق ، والتسويق المباشر ، وأدى ذلك إلى إعادة توزيع ما يسمى بالكعكة الإعلانية ، أي ما ينفق على الإعلانات (والتي يقدر حجمها في العالم العربي بحوالي 2 مليار دولار سنويا) كانت حصة الصحف منها 42% ، والتلفزيون 38% ، والمجلات 15% ، والراديو 2% ، واللوحات 3% ، أما الإنترنت فينفق عليها من الإعلان في الوطن العربي حتى اليوم لا يزيد في أحسن الأحوال عن 5.1%.

(4) نمو الصحافة الإلكترونية والخدمات الإخبارية على شبكة الإنترنت ، حيث ظهرت مواقع يصعب حصرها لصفحة على الإنترنت ، وازداد حجم الاستثمارات في هذا المجال ، ففي

¹ ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، بتاريخ 201/1/2م
www.aawsat.com

تقرير أمريكي بين أن حجم الاستثمارات التقنية في عالم الاتصالات والمعلومات زاد بنسبة 6% عام 2004 بما يوازي 1.9 تريليون دولار بعد أن حققت الأرباح في هذا المجال أرباحاً كثيرة ، ويشير التقرير إلى زيادة اعتماد الشركات التجارية على خدمات البريد الإلكتروني بنسبة 30% ، ويوضح أن 40 بليون رسالة يتم إرسالها يوميا عبر البريد الإلكتروني¹.

(5) ارتفاع تكلفة إصدار الصحف ، حيث زادت أسعار الورق ومستلزمات الطباعة على مستوى العالم ، بالإضافة إلى بعض القيود المالية التي تشترطها بعض الدول للموافقة على إعطاء الصحيفة المطبوعة إذن الصدور .

(6) قلة عوائد التوزيع ، حيث من المعروف في عالم الصحافة أن التوزيع يساهم بما نسبته 25% من إجمالي تكلفة إنتاج الصحيفة وطباعتها ، والملاحظ أن هذه النسبة بدأت تتآكل وتقل بسبب زيادة تكلفة الإنتاج من ناحية ، وقلة عدد النسخ المباعة من ناحية أخرى .

(7) وجود جيل قديم تشبع بآليات صحفية سابقة يجب تطويرها وإعادة تأهيلها للتلاءم مع تقنية الصحافة الإلكترونية.

¹ HTTP://WWW.balagh.com

هل تلغي الصحافة الإلكترونية الصحافة الورقية ؟

هذا هو السؤال الذي ينبغي أن يطرح في هذا السياق ، وللإجابة عليه نجد أن الباحثين تباينت أقوالهم في تلك القضية ، واختلفت آراؤهم في حجم وطبيعة التأثير المتوقع للصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية . وللإجابة على هذا التساؤل لابد أن يؤخذ في الاعتبار عدة أمور

أولا : أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة ، بل تستوعبها وتطورها ، ويخرج من تفاعل الوسيطتين أو الوسائل معا وسيلة جديدة تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات ، فالطباعة استوعبت الكتابة وطورتها ، والصحافة المطبوعة لم تقضي على الكتاب ، ولم تقضي الإذاعة على الصحافة ، بل استوعبتها وأعطت لها أبعادا أخرى ، والسينما لم تقضي على المسرح ولكنها دمجت في الدراما السينمائية ، والتلفزيون لم يقضي على الإذاعة المسموعة ولا على السينما ، بل استفاد منهما وتجاوز إمكانيتهما إلى الأحدث ، وجاء الفيديو لكي يستوعب داخله السينما والمسرح والتلفزيون ، وجاء بعد ذلك الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer mediated Communication لكي يتضمن كل الأشكال السابقة حيث نجد داخله كل الخدمات التي تتيحها شبكة الإنترنت .

ثانيا : أنه بالرغم من التشابه بين وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية في عديد من السمات ، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة ، وأبرزها التفاعلية ، واللامهيرية ، واللاتزامية .

ثالثا : أن أية وسيلة اتصال مستحدثة في المجتمع تمر بثلاثة مراحل في التبنى والاستخدام ، وهي :

(1) المرحلة الصفوية : حيث تستخدم على نطاق الصفوة لأسباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام ، والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل .

(2) المرحلة التخصصية : حيث تبدأ في الانتشار على مستوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معين .

(3) المرحلة الجماهيرية : حيث تبدأ الوسيلة في الانتشار وسط قطاعات كبيرة من الجماهير نتيجة لبساطة الاستعمال ، ورخص التكلفة ، والفائدة الشخصية ، ويصاحب ذلك الإنتاج الجماهيري لتلك الوسائل ، وقد مر التلفزيون والفيديو والفاكس بتلك المراحل ، وتتم بها الأنظمة المستعينة بالحاسبات الآلية وشبكات المعلومات كالصحافة الإلكترونية .

رابعا : أن الصحافة الورقية تواجه عدة تحديات خطيرة في الوقت الراهن ، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية ، أو البيئية ، أو تحديات أخرى.

خامسا : أن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعطيه الخدمة الأشمل والأكثر جاذبية بأقل جهد مبدول ، وبأقل تكلفة .
سادسا : أن المطبوع بشكل عام ، والكتاب والجريدة بشكل خاص ما زال لهما بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية ، أو قطاعات كبيرة منها ¹ .

ورغم ذلك نجد من توقع نهاية عصر الصحف الورقية في خلال ربع قرن :

" ومع ظهور الإنترنت بدأت المنافسة الحقيقية للصحف الورقية ، فقد أصبح لدى من يتعامل مع الإنترنت حرية اختيار الزمان الذي يدخل فيه على الموقع الذي يريده سواء ليلا أو نهارا ، وهو ما ليس موجودا مع التلفزيون ... لقد زادت تكاليف أعباء صناعة الصحف ، تضاعفت أسعار الورق ، والأحبار ، والخدمات ، وتكاليف النقل ، والتوزيع ، والأجور ، وإذا كان التطور يبدأ في الغرب ثم ينتشر بعد ذلك إلى باقي الدول ، فتوقعاتي أن تختفي الصحافة الورقية خلال عشرين أو ربع قرن على الأكثر ، وأن تسود الصحافة الإلكترونية من خلال الإنترنت ، ويصبح التعامل مع الصحف الإلكترونية مثل التعامل مع القنوات التلفزيونية المشفرة ، وسيكون في إمكان المتعامل طبع ما

¹ د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمتحولات ، مصدر سابق ، ص 287 : 289

يريد من هذه الصحافة الإلكترونية ، والاحتفاظ بكل أعداد السنة على جهازه ، والعودة إليه في أي وقت ¹ ويرى الباحث أن العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية تحكمها متغيرات متعددة منها ما يتعلق بالسياق الاجتماعي والتكنولوجي والنفسي والسياسي والاقتصادي للمجتمع ، ولعل سهولة التعرض والإمكانيات التي اشتملت عليها الصحافة الإلكترونية قلبت كثيرا من المفاهيم عند فئة كثيرة ممن تعودوا الصحف المطبوعة ، واعتبروها جزءا هاما من طقوس حياتهم .

إن ظهور أي وسيلة اتصال جماهيري جديدة يؤثر أول ما يؤثر على الصحافة المطبوعة ، كونها أم وسائل الاتصال الشعبية كلها ، فالصحيفة التي جلست على عرشها لعدة قرون منذ اختراع جوتنبرج الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر مطلقا بذلك ثورة المعلومات الأولى لم تتعرض لأي تحديات تذكر إلا في بداية القرن الماضي مع اختراع التلغراف والهاتف والراديو ، ومن بعد ذلك في منتصف القرن العشرين عندما بدأ التلفزيون بث برامجه بشكل تجاري ، ونجحت الصحيفة في التعامل مع كل هذه التحديات ، بل واعتمدت على بعضها في

¹ صلاح منتصر ، عمود بحد رأي ، جريدة الأهرام بتاريخ 2003/7/29 ، www.ahram.org.eg

تطوير وتحسين أدائها ، ولعل مرد ذلك يعود إلى جاذبية ومصداقية الكلمة المكتوبة عند المتلقي ¹.

وفي دراسة ميدانية أجريت على 210 صحفياً سعودياً أكدت نتائجها أن الصحفيين السعوديين الذين يعملون في الصحف المطبوعة يحملون اتجاهات إيجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة ، في جانبي الانتشار واستقطاب المعلنين على مواجهة ما تشهده الصحافة المطبوعة من منافسة قوية من قبل وسائل التقنية الحديثة ، وبخاصة ما يتيح الإنترنت من بدائل متعددة ².

وفي إطار وجهتي النظر السابقة حول مستقبل العلاقة بين كل منة الصحافة الورقية والإلكترونية يمكن توقع السيناريوهات الثلاثة التالية :

السيناريو الأول : تسير فيه صناعة الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية ، بشكل تكون الغلبة فيه للصحافة الورقية ، ويناسب هذا السيناريو الدول التي ما زالت نسب الأمية فيها مرتفعة ، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق التوسع في استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية ، حيث ما زال استخدام الحاسبات

¹ أسامة الشريف رئيس تحرير شبكة أرابيا أون لاين ، ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، لندن ، تاريخ 2001/1/20م

² عهد المسكر ، ود. فايز الشهري، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة) أكاديمية أخبار اليوم ، 8-9 أبريل 2003م) ص 35

مرتبطا باستخدامات متخصصة ، أو استخدام فئات من صفوف المجتمع ، وهذا يشمل معظم دول العالم الثالث .

السيناريو الثاني : ويتوقع أن تسير فيه الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الإنترنت سواء في عمليات التحرير ، أو الاتصالات ، أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة ، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصفوة ، وفي مجالات متخصصة .

السيناريو الثالث : وفيه يتوقع أن تقل بشكل تدريجي خدمات الصحافة الورقية ، ويزداد فيه الاعتماد على الحاسبات الإلكترونية في الاستفادة من الخدمات الإعلامية والإخبارية والمعلوماتية التي تقدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات ، من خلال نشر نسخ الجرائد والمجلات الإلكترونية التفاعلية الكاملة ، وذلك وصولاً إلى ما يطلق عليه الجريدة الإلكترونية تحت الطلب Newspaper On Demand أو الجريدة التفاعلية Interactive newspaper التي يختار الشخص محتوياتها بنفسه يومياً من الشبكة بعد أن يكون قد حدد اهتماماته في بداية اشتراكه في الخدمة مثل تركيزه على نوعية معينة من الأخبار أو

الإعلانات.¹ ، وهو ما يناسب الدول المتقدمة ، وفي هذا السيناريو يمكن

تعاظم دور هذه الأنواع من الصحافة الإلكترونية :

1- ازدهار صحافة الهواة (البلوجرز) أو ما يمكن تسميتها ب (

صحافة الهواة الإلكترونية المستقلة) حيث أصبح بمقدور أي

شخص سواء كان صحفياً أم لا أن ينشئ موقعاً صحفياً ويقدم

من خلاله التقارير والأخبار والمعلومات والمقابلات الصحفية ،

ويث لقطات بالصوت والصورة من مواقع الأحداث ، والأمر

نفسه بالنسبة لأي مجموعة من مستخدمي الشبكة الذين

يتشاركون في الاهتمام والأهداف والتخصصات ، وتعرف

الصحافة الإلكترونية للهواة باسم (البلوجرز) وهي كلمة مأخوذة

من الكلمة الإنجليزية Weblog وتعني الدخول على الموقع ،

وجرى اختصارها في الاستخدام اليومي على الشبكة إلى

Blog ، ونشطت هذه الظاهرة وأصبحت ملحوظة على الشبكة

عقب أحداث 11 سبتمبر بالولايات المتحدة ، ثم تعاظمت خلال

غزو العراق .²

2- صحافة المصدر المفتوح ، فالمتصور أنه ستنشأ في المستقبل

مواقع أو تجمعات على الشبكة تكون موثلاً لمعلومات وأخبار

وبيانات وتقارير وتعليقات ومساهمات شتى يقدمها هواة

¹ د. محمود علم الدين ، مصدر سابق ، ص 292

² جمال محمد عيظاني ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، مصدر سابق ، ص 221

ومحترفون وأفراد من الجمهور من شتى أنحاء العالم ، ويمكن لأي صحفي محترف أو هاو التعامل معها والاستفادة بها بما يناسب واحتياجاته في عالم الصحافة الإلكترونية .

-3

الصحافة الإلكترونية شديدة التكيف : وهي التي توفر مستوى من الشخصية يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور، حتى تصل إلى الدرجة التي يستطيع فيها كل فرد من أفراد الجمهور على حدة أن يحدد سلفاً طبيعة ومحتوى صحيفته الإلكترونية أو موقعه الإلكتروني الصحفي المفضل بشكل عميق وشامل ، وفي هذه الحالة يمكن القول إن الصحيفة الإلكترونية باتت تقدم نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة .¹

¹ المصدر السابق نفسه ، ص 325

أهم المراجع

- د. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بال جماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1969)
- د. خالد زعموم ، مجتمع المعلومات ، الواقع والتحديات دراسة وصفية تحليلية (الإمارات : جامعة عجمان ، 2007)
- د حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، 2003
- وثيقة إعلان المبادئ الصادرة عن القمة العالمية للمعلومات (جنيف 10-12 ديسمبر 2003)
- حرية الرأي والتعبير وحرية المعلومات الركيزة الأساسية لمجتمع المعرفة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : العدد 113 ، أكتوبر - ديسمبر 2003)
- محمد الصالح نابتي ، مكانة الوثائقي في مجتمع المعلومات
- أبو بكر الهوش - تقنية المعلومات ومكتبة المستقبل - الإسكندرية : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 1996.
- د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003) ص 11

- د. حسني محمد نصر ، الإعلام والإنترنت ،
أبيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام رضوان
(الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد 231، ذو القعدة 1418 ، مارس
1998)
محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال
منشور بجريدة الأهرام ، بتاريخ 1998/11/23 .
السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ،
2000)
د.جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر
العربي ، 1975)
د . رضا عبد الواحد أمين ، الإعلام والعولمة (القاهرة : دار الفجر
للنشر والتوزيع ، 2007)
د. رضا عبد الواحد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر
للنشر والتوزيع ، 2007)
مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكويت : سلسلة عالم
المعرفة ، العدد 94 ، أكتوبر 1985)
حسن حامد ، الاختراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث
مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير
1996)

- د. سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر - ديسمبر 2001)
- ¹ د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات (القاهرة : د.ن. ، 2000)
- د. محمود علم الدين ، محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، 1997 م)
- Stiller, Henri - La Fonction information documentation dans les grandes entreprises. In Documentaliste-sciences de l'information. 2001, vol.38 n3-4 pp.222-225.
- Michel, Jean. Les professionnels de l'information documentaire a l'heure du document et des réseaux électroniques. In Document numérique. Vol. 1 n2, 1997. pp.217-231.
- NUA ,Internet How Many Online .available at <http://www.nua.ie/serveys/how-many-online/index.html>

الفهرس

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول : التوثيق الإعلامي المفهوم والتطور	7
الفصل الثاني : الإنترنت وسيط إعلامي جديد	27
الفصل الثالث : الصحافة الإلكترونية المفهوم والمحددات ...	63
الفصل الرابع : تطور الصحافة الإلكترونية	91
الفصل الخامس : مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية	
.....	105

